



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E LETRAS - CCHL
PROGRAMA DE MESTRADO EM LETRAS – MEL

FERNANDA CASTRO FERREIRA

**DE SHOW A FIASCO:
DOS EFEITOS DE SENTIDO PRODUZIDOS PELAS CAPAS DA REVISTA VEJA
ACERCA DAS COPAS DO MUNDO**

TERESINA - 2016

FERNANDA CASTRO FERREIRA

**DE SHOW A FIASCO:
DOS EFEITOS DE SENTIDO PRODUZIDOS PELAS CAPAS DA REVISTA VEJA
ACERCA DAS COPAS DO MUNDO**

Texto encaminhado ao Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Federal do Piauí (PPGEL\UFPI) para defesa na Área de concentração: Estudos da Linguagem, sob a orientação da Prof^a. Dr^a. Maraísa Lopes.

TERESINA - 2016

FICHA CATALOGRÁFICA
Universidade Federal do Piauí
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas e Letras
Serviço de Processamento Técnico

F383s Ferreira, Fernanda Castro.
 De show a fiasco: dos efeitos de sentido produzidos
 pelas capas da revista veja acerca das copas do mundo /
 Fernanda Castro Ferreira. – 2016.

97 f.: il .

Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade
Federal do Piauí, 2016.

Orientação: Prof. Dra. Maraisa Lopes.

1. Discurso. 2. Revista Veja. 3. Efeitos de Sentido. I.
Título.

CDD 401.41

A Deus, que é
sinônimo de amor
e paz.

Às pessoas que dão sentido à minha vida
e fazem tudo valer a pena:
Meu Pai, Minha Mãe e Minha Zú!
Essa vitória é por vocês e para vocês.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus. Ele que é dono da minha vida e responsável por mais essa conquista, sem Ele nada sou!

Agradeço à minha família, absolutamente a todos que fazem parte dela, pois sei da torcida de cada um por mim.

Agradeço, em especial, aos meus pais, que são fonte de força, coragem e amor incondicional por mim. Essa vitória é de vocês, para vocês e por vocês! Amo vocês, minhas vidas!

À minha irmã, Aninha, pela torcida, parceria e pela confiança que sempre depositou em mim, essa conquista é nossa!

Agradeço aos meus avós, tios, primos (em especial, às Netas da Nêga), madrinha e padrinho por também acreditarem e compartilharem comigo essa felicidade. Destacando, em especial, a família do Tio Carlim, meu apoio em Teresina. Obrigada pelo amor e pela torcida sincera, com vocês cresci muito nesses anos!

À minha orientadora Maraisa Lopes, pela paciência e pela humanidade em me acalmar nas crises de nervosismo e insegurança. Pela orientação, parceria e dicas valiosas que com certeza fizeram esse trabalho acontecer! Obrigada de todo coração!

Aos componentes da banca, professores João Benvindo - o qual acompanhou-me e ajudou-me bastante nesses anos de mestrado, sempre com uma humildade encantadora e uma palavra de conforto que só quem conhece sabe! Obrigada pelos ensinamentos, serei eternamente grata. À professora Greciely, pela delicadeza nas palavras e considerações valiosíssimas desde a qualificação, saiba que foi de extrema importância para mim.

À minha companheira nessa aventura louca, Verônica. Saiba que você foi um presente de Deus nesses dois anos de convivência. Espero que continuemos uma ao lado da outra e que essa parceria seja eterna, amo você.

Aos meus amigos, em especial, à minha melhor amiga, Lizianne, em quem sei que posso contar sempre, bem como à Giorgia e Lia Clara, pela amizade, torcida e companheirismo, vocês são importantes demais, amo cada uma!

À família do Senhor Moreira que me acolheu de braços abertos em Teresina e fez que essa caminhada ficasse mais leve. Muito obrigada por tudo.

Agradeço também ao meu namorado Emanuel pelo apoio, companheirismo e força nesses anos. Sua presença fez toda diferença nessa

conquista! Cada bom dia, cada incentivo, cada palavra amiga, cada ajuda...cada detalhe!! Você fez toda a diferença! Obrigada! Amo você!

Ao professor Jonas, o incentivador para a seleção de mestrado. Um verdadeiro mestre, que me ajudou ainda na seleção! Sem sua ajuda, não sei como seria! Muito obrigada!

À minha “família mestrado”, que compartilhou comigo as alegrias e angústias nesses anos, vocês são especiais e quero levá-los para a vida!

Ao meu grupo de estudos NEPAD, pelas discussões oportunas e pelos ensinamentos que me fizeram crescer e amar cada vez mais minha AD.

Aos professores do Mestrado em Letras, pelo comprometimento com as disciplinas e experiências trocadas, além da oportunidade concedida de conhecer outras áreas.

Por fim, agradeço a todos que torceram e fizeram parte dessa conquista. Muito obrigada!

Existem momentos na vida onde a questão de saber se se pode pensar diferentemente do que se pensa, e perceber diferentemente do que se vê, é indispensável para continuar a olhar ou a refletir (FOUCAULT).

RESUMO

O trabalho ora exposto busca compreender a forma pela qual se produzem efeitos de sentido nas capas de Revista *Veja* sobre as Copas do Mundo. Foram selecionadas as capas da revista referentes aos anos de 1970, 1974, 1978, 1982, 1986, 1990, 1994, 1998, 2002, 2006, 2010, 2013 e 2014, a fim de observar o jogo discursivo presente nas mesmas. Os diferentes efeitos de sentido produzidos são marcados por representações imaginárias, condições sócio históricas, interesses políticos, econômicos, vitórias de um time, etc., e a identificação dos interlocutores com o que é dito. O aporte teórico que embasou a pesquisa leva em consideração os estudos de Pêcheux (1975) e Orlandi (2012) acerca da Análise de Discurso. Ao longo das edições da revista, notam-se deslizamentos e movimentos no processo discursivo em relação ao tema, notamos um movimento dos sentidos que caminham de um ufanismo e patriotismo exacerbados à evidência das desigualdades sociais brasileiras. É relevante observar essa mudança nos efeitos de sentido produzidos no e pelo discurso em relação ao tema futebol, pois é sabido que esse é um dos principais fenômenos socioculturais do século XXI, capaz de influenciar diversos segmentos da sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso. Revista *Veja*. Efeitos de Sentido.

ABSTRACT

The present work seeks to understand the way in which meaning they effects are produced in the covering page of Revista Veja on the World Cups. We have selected the covering pages of the magazines published in 1970, 1974, 1978, 1982, 1986, 1990, 1994, 1998, 2002, 2006, 2010, 2013 and 2014, in order to observe the discursive arrangements in them. Imaginary representations, socio-historical conditions, political, economic interests, team victories, etc. mark the different meaning effects produced, and the identification of the interlocutors with what is said. The theoretical contribution that underpinned the research takes into account the studies of Pêcheux (1975) and Orlandi (2012) on Discourse Analysis. Throughout the editions of the magazine, we have noticed some movements in the discursive process in relation to the theme, it is possible to observe that meaning goes from a regular exarcebated patriotism due to the evidence of the Braziliansocial inequalities. It is relevant to point out thus change in meaning effects produced in and by the discourse in relation to the football theme, since it is know that this is one of the main sociocultural phenomena of the 21st century, capable of influencing various segments of society.

KEYWORDS: Discourse. Veja Magazine. Meaning effects.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 1x0 O BRASIL VINGA 66	53
Figura 2 O BRASIL NA SEMIFINAL	54
Figura 3 BRASIL, PARA SEMPRE	56
Figura 4 A REPRESENTAÇÃO DO BRASILEIRO	58
Figura 5 UMA FESTA. E O FUTEBOL?	60
Figura 6 ZAGALO.....	61
Figura 7 JOGADORES.....	63
Figura 8 COMO FOI A NOSSA ESTREIA	64
Figura 9 O GRANDE ZICO.....	66
Figura 10 OS GUERREIROS DA ESPANHA	68
Figura 11 PRA FRENTE, BRASIL.....	69
Figura 12 A ARRANCADA DO BRASIL.....	72
Figura 13 ROMÁRIO, O GÊNIO CASCA GROSSA.....	73
Figura 14 O ITAMAR DA SELEÇÃO	74
Figura 15 ROMÁRIO. VOCÊ DECIDE.....	76
Figura 16 É TETRA!.....	77
Figura 17 O PAÍS DO FUTEBOL NO ANO DA COPA.....	78
Figura 18 CRISE NERVOSA.....	79
Figura 19 É HORA DE TORCER DE NOVO	80
Figura 20 DNA	82
Figura 21 OS SETE DIAS QUE MUDARAM O BRASIL	84
Figura 22 UMA COPA, DOIS PAÍSES.....	85
Figura 23 HINO. NEYMAR. VAIA	86
Figura 24 SÓ ALEGRIA ATÉ AGORA.....	87
Figura 25 AGORA É NA RAÇA!	88

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO I – COMPREENSÕES SOBRE A ANÁLISE DE DISCURSO	16
2.1 ANÁLISE DE DISCURSO E IDEOLOGIA: UMA RELAÇÃO BASILAR.	18
2.2 POSIÇÕES – SUJEITO.....	23
2.3 MEMÓRIA DISCURSIVA	26
2.4 O DISCURSO MIDIÁTICO	29
CAPÍTULO II – DA CONSTITUIÇÃO DE NOSSO ARQUIVO	35
3.1 NOSSO ARQUIVO E SEUS DESDOBRAMENTOS.....	36
3.1.1 A Revista Veja.....	36
3.1.2 Por que as capas acerca da Copa do Mundo?.....	40
3.1.3 Recorte do arquivo.....	41
CAPÍTULO III – DAS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO	47
4.1 DA REVISTA E SUA TEXTUALIZAÇÃO.....	50
CAPÍTULO IV - DA PRODUÇÃO DE SENTIDOS NAS CAPAS DA REVISTA VEJA	51
5.1 PENSANDO AS CAPAS DA REVISTA VEJA	51
CONSIDERAÇÕES FINAIS	90
REFERÊNCIAS	92

1 INTRODUÇÃO

É foco deste trabalho o estudo dos efeitos de sentido produzidos pelas capas da Revista Veja referentes à temática das Copas do Mundo. Para isso, selecionamos as capas, referentes a essa temática, publicadas entre os anos de 1970 a 2014. Nosso olhar recai sobre o modo como essas capas se apresentam ao leitor. Dessa forma, consideramos para nossa análise as condições de produção e a memória discursiva, bem como os silenciamentos imbricados nessas construções.

Como dito anteriormente, nossa pesquisa centra-se na abordagem da temática Copa do Mundo, e, conseqüentemente, o futebol. Ao pensar essa temática, é preciso considerar que o futebol figura em meio ao discurso fundador de nosso país. Discursivamente, consideramos a relação que se faz presente no percurso histórico e ideológico acerca do futebol. Essa relação é imbricada através de interdiscursividades e redes de memória (MEGID, 2008). Dessa forma, a discursividade no futebol é a “memória atravessada ao mesmo tempo pelas relações inconscientes e determinações históricas” (MARIANI, s.d, p. 4). Assim, trabalhamos os sentidos através da memória do que vem a ser o Brasil, reconhecido como “o país do futebol”. Inúmeras outras paráfrases rondam esse imaginário social acerca do futebol e, conseqüentemente, da Copa do Mundo: “País da bola”, “Nação canarinho”, “País verde e amarelo”, “Pátria de chuteiras”. A partir desse imaginário, trabalhamos as análises das capas da revista Veja levando em consideração a importância do futebol para a constituição do Brasil.

Corroborando o exposto, é sabido que o futebol é um dos principais fenômenos socioculturais, capazes de influenciar diversos segmentos da sociedade (econômico, político, cultural, social etc.). É o esporte mais popular do planeta, pois envolve de forma direta ou indireta, bilhões de pessoas ao redor do mundo; desde os jogadores amadores até os mais variados empregados (cozinheiro, preparador físico, porteiro, pedreiro, conselheiro, etc.), sem contar com os inúmeros torcedores espalhados pelo planeta (MURAD, 2007). O futebol abarca inúmeros elementos subjetivos e intrínsecos ao homem, tais como: emoção, paixão, alegria, tristeza, expectativa, decepção, etc. É carregado também de uma diversidade sentimental, tal como a paixão, a vergonha, o ressentimento, o ódio, a solidariedade, etc.

O desafio de trabalhar um tema um tanto subjetivo gira em torno da necessidade de uma observação objetiva enquanto analista do discurso, de modo a não aderir a discursos sobre a temática, precisando dessa forma se afastar do objeto de estudo ao mesmo tempo em que o analisa.

Não podemos deixar de mencionar dois espaços discursivos passíveis dessa observação: a cronologia acerca do futebol e a produção de discursos que o significam como fundador para a nação brasileira. A partir disso, vale destacar que a temática é de extrema relevância, pois o futebol mobiliza uma grande parcela da humanidade e está em toda parte - nas conversas diárias entre as pessoas, nas ruas, no trabalho, nos mais diversos ambientes e, sobretudo, em nossa memória, possibilitando um dizer sobre.

Remontando à sua história, soubemos que, no final do século XIX, o futebol chegou ao Brasil, trazido por um jovem paulista, filho de ingleses. O esporte, que em seu início tinha cunho elitista, logo se transformou em uma prática presente em todas as classes sociais (SILVA, 2005). Daolio (2000, p.33) afirma que:

[...] o novo esporte que chegava da Inglaterra não oferecia apenas momentos lúdicos de lazer aos seus praticantes, mas permitia, principalmente, a vivência de uma série de situações e emoções típicas do homem brasileiro. Isso explicaria o alto poder simbólico que o futebol foi adquirindo ao longo deste século [século XX], passando a representar o homem brasileiro, da mesma forma como fazem outros fenômenos nacionais, como o carnaval, por exemplo.

Com isso, é ratificada a paixão nacional pelo futebol, a qual acaba sendo intensificada em períodos de Copa do Mundo. Nesta época, o país inteiro para, as pessoas abandonam aquilo que estão fazendo para assistir aos jogos da seleção e vibrarem. O futebol no Brasil vai muito além de um esporte, é também uma manifestação popular que expressa o meio social em que vivem os brasileiros. De modo geral, ao futebol é atribuído o encargo de aliviar as decepções diárias, proporcionando alegria e descontração na vida dos brasileiros.

Corroborando isso, podemos aludir a Guterman (2004, p. 272), na seção “Sumário”, presente na coluna de bastidores políticos da *Folha de S. Paulo*, em 05 de junho de 1970 (p. 3), que apresenta a vitória do Brasil sobre a Tchecoslováquia como um triunfo, uma recuperação na “alma” do povo brasileiro:

(...) um refrigerio, um bálsamo mesmo para as mágoas e chagas que o problema sucessório nos Estados havia provocado nas almas sensíveis e sempre desejosas dos próceres da política nacional. (...) Saibam todos que Pelé, Jair e Rivelino, com os tentos que marcaram, conseguiram esvaziar boa parte dos descontentamentos a que aludíamos e deram ao presidente Médici uma colaboração valiosíssima. (...) Realmente, tudo leva a crer que, se a Seleção Brasileira levantar a Copa do Mundo, o acontecimento terá repercussões profundas para o país, dentro e fora dele. Na esfera interna, nem se fala. (...) As metas de uma administração dependem das metas nos campos esportivos. No caso brasileiro, essa interdependência é ainda mais profunda, de vez que nosso esporte, o futebol, está entranhado nas dobras mais íntimas da alma popular (...). Por isso mesmo o governo do presidente Médici andou bem em emprestar apoio ao nosso selecionado que peleja nos gramados estrangeiros.

Consoante Salvador e Soares (2009), a identidade nacional assemelha-se à identidade do futebol brasileiro, pois é uma narrativa que louva o encontro e a mistura de povos e “raças”. Como exemplo, podemos encontrar essas características de união até mesmo nas músicas feitas para a Copa do Mundo, demonstrando a ideia de um só povo, aquele que se une para lutar em prol de sua nação. O Brasil de 1970 possuía noventa milhões de habitantes e enfrentava uma ditadura severa. Dito isso, dentre várias músicas¹, vale destacar “Pra Frente Brasil”, composição da banda “Os Incríveis”, cujos enunciados interpelam o brasileiro construindo como efeito a noção de união, por meio dos trechos “Noventa milhões em ação/ Todos juntos/ o Brasil deu a mão/ Todos ligados/ um só coração/ Todos juntos”, além de remontar ao fato de que o futebol pode ser o responsável por levar o Brasil “pra frente”, enunciado que tanto pode ser lido em sua relação com o avanço no campeonato de futebol quanto em sua relação com o próprio desenvolvimento do país.

Além de músicas que produzem o efeito de sentido de nacionalismo, há de se mencionar a existência de comerciais na televisão, que apresentam suas mercadorias numa relação direta com a Copa do Mundo, haja vista a promoção anunciada em 2014 pelas Casas Bahia que afirmava caber àquele que comprasse uma TV de 60 polegadas o direito de adquirir uma segunda unidade por apenas R\$1,00, caso o Brasil fosse o vencedor da Copa do Mundo², interpelando o brasileiro por meio de um processo de identificação a uma nacionalidade

¹ Para mais informações, consulte <<http://www.vagalume.com.br/hinos-de-futebol/pra-frente-brasil-copa-de-70.html>>.

² Para mais informações, consulte <<http://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/noticias/promocao-da-copa-do-mundo-da-casas-bahia-decifra-as-opcoes>>. Acesso em 16 de agosto de 2015, às 23h13min.

aparentemente aflorada nessa época. Nessas construções, há de se observar, ainda, que o povo é normalmente representado como miscigenado, criativo, imprevisível e possuidor de uma genuína ginga de corpo, essa que está presente em manifestações populares como o samba, a capoeira e o futebol.

É relevante observar que, segundo Foer (2004), o futebol é parte da comunidade, da economia, da estrutura política de um país. Para Pecenin (2007, p. 19),

os mais variados discursos que circulam na sociedade atribuem, ao futebol e aos seus agentes, representações imaginárias que variam de acordo com o valor dado por esses discursos ao esporte. A atribuição de valor varia consoante os interesses políticos, econômicos e sociais desses discursos em relação ao esporte. Em outras palavras, dependendo de como as relações sociais se inscrevem na História, os discursos, com maior ou menor intensidade, constituem para o futebol identidades semelhantes às que constituem para as demais.

Nesse sentido, é sabido que na sociedade brasileira o futebol é um fenômeno sociocultural, conhecido como o “esporte das multidões”. É imprescindível levar em consideração o modo como as Copas dos Mundos são construídas discursivamente, já que, no decorrer dos anos, há processos que corroboram ou afastam o leitor de uma identificação produzida entre o brasileiro e o futebol. Esses diferentes efeitos de sentido produzidos por um imaginário coletivo de representações dependem de condições sócio-históricas, envolvendo interesses políticos, econômicos, vitórias de um time, etc., além da identificação dos interlocutores com o que é dito.

A partir disso, de acordo com Guterman (2009, p.09),

(...) o futebol (...) não é um mundo à parte, não é uma espécie de “Brasil paralelo”. É pura construção histórica, gerada como parte indissociável dos desdobramentos da vida política e econômica do Brasil. O futebol, se lido corretamente, consegue explicar o Brasil (...).

Dessa maneira, faz-se relevante apresentar a forma como a Copa do Mundo foi criada, bem como foi trazida ao Brasil. A FIFA, presidida por Jules Rimet, decidiu, em 1928, criar seu próprio torneio mundial depois de ocorrerem divergências com o Comitê Olímpico Internacional em relação às competições que envolviam o futebol. Desse modo, a primeira Copa do Mundo foi realizada em 1930. A partir desse momento se passou a perceber a identificação nacional com o futebol, num

movimento de sentido que faz com que o brasileiro se perceba como que “vestindo chuteiras e entrando em campo” (TERCIOTTI, p. 2733). É relevante observar que esse evento passou a ser uma preocupação do Estado brasileiro desde a década de 1930, na Era Vargas, durante o Estado Novo. Ao perceber o deslumbramento do povo brasileiro, o Estado não mediu esforços para transformar o futebol em um instrumento para diminuir as tensões e os conflitos sociais e étnicos em nosso país, principalmente, durante a Copa do Mundo (TERCIOTTI, 2011).

Em um primeiro contato com nosso material, as capas da revista *Veja* de 1970 a 2014, algumas saltaram aos nossos olhos, parecendo-nos possível compreender certa oscilação de sentidos se comparadas, principalmente, as produções de 1994 e 1998 às de 2014. Ainda que grosso modo, notamos um movimento dos sentidos que transitam entre o ufanismo e patriotismo exacerbados em 1994 e 1998, e, um momento em que se evidenciam as desigualdades sociais e a revolta do povo brasileiro no ano de 2014.

Procurando saber sobre aquilo que já fora estudado sobre Copas do Mundo pelo viés da Análise do Discurso, procedemos a uma pesquisa de cunho bibliográfico, a partir da qual soubemos que a maioria dos trabalhos realizados são feitos a partir de um recorte: a observação da discursivização de apenas uma Copa ou de uma única conjuntura política. Nesse sentido, lançamo-nos ao desafio de trabalhar com todo o período de publicações acerca das Copas na Revista *Veja*, sem a intenção de esgotar as compreensões possíveis, mas tentando entender os meandros dessas publicações.

Com isso, nosso empreendimento neste trabalho é o de compreender a produção de sentidos pelas capas da Revista *Veja* acerca da Copa do Mundo, já que esta parece se dar a partir de uma forte polarização entre o positivo e o negativo, o favorável e o desfavorável, a identificação e o afastamento, o dizível e o não dizível.

CAPÍTULO I – COMPREENSÕES SOBRE A ANÁLISE DE DISCURSO

O discurso em si é o ponto de articulação dos processos e fenômenos ideológicos e linguísticos. A linguagem como discurso é efeito de sentido entre locutores, sendo essa um lugar de confronto ideológico, não podendo ser desvinculada das condições de produção e/ou da sociedade, sabendo que a mesma é constituída de aspectos históricos e sociais. Tais ideais são assumidos a partir da década de 1960 pela mais nova tendência da época, a Análise de Discurso (doravante AD). Esta nasceu a partir de questionamentos a algumas áreas, sendo de interesse de linguistas, historiadores, psicólogos, antropólogos, sociólogos, dentre outros. A abrangência da AD se constitui no espaço de questões criadas pela relação entre três domínios disciplinares: Linguística, Marxismo e a Psicanálise; procurando mostrar que a relação entre linguagem/ pensamento/mundo não é unívoca (ORLANDI, 2012).

Os anos 60 são os anos do estruturalismo triunfante. A linguística, promovida a ciência piloto, está no centro do dispositivo das ciências (...) O projeto da AD nasce neste contexto (...) o liame entre a expansão da linguística e a possibilidade de uma disciplina (nova) como a análise de discurso é explícita” (MALDIDIER, 1994, p.175).

Nessa conjuntura, emerge o sentimento dos limites e do relativo esgotamento do estruturalismo, nascendo a AD. A Análise de Discurso tem dupla fundação, formada por Jean Dubois e Michel Pêcheux; esses que eram ligados pelos ideais marxistas e políticos. No entanto, Maldidier (1994, p. 176) apresenta a diferença entre ambos, afirmando que, em Dubois, “a AD é pensada num *continuum*: a passagem do estudo das palavras (lexicologia) ao estudo do enunciado (análise de discurso) é ‘natural’, é uma extensão, um progresso permitido pela linguística”. Em Pêcheux, ao contrário, a análise de discurso articula as questões do discurso com as do sujeito e da ideologia, diferenciando-se do que era feito antes nas Ciências Humanas.

Consoante Maldidier (1994), os estudos de Dubois trataram de questões enunciativas, prendendo o sujeito falante em uma problemática psicologizante. Já Pêcheux (1990) teoriza um objeto novo, envolvendo-o numa relação com um dado estado das condições de produção e processos de produção do discurso. Com isso,

Pêcheux contribui de diversas formas para a compreensão e constituição da AD.

Brandão (2004) apresenta algumas contribuições do referido teórico para AD; dentre elas, vale destacar a noção de língua, constitutiva da condição de possibilidade do discurso, a partir da invariância das condições de produção em um dado momento histórico; os processos discursivos como fonte de produção dos efeitos de sentido e a língua sendo a base material dos processos discursivos. Logo, é o discurso que constitui o sentido e é no e por meio dele que emergem as significações. Os efeitos de sentido resultam do/são produzidos pelo discurso. As noções basilares para a AD, tal como a de formação discursiva, juntamente com as de condição de produção e formação ideológica, fundamentaram os princípios norteadores dessa vertente teórica. Noções estas que serão elucidadas posteriormente.

Orlandi (2012) afirma que nos estudos discursivos a língua além de uma estrutura é um acontecimento. A relação linguagem, mundo e pensamento não é uma relação direta, passada diretamente de um ao outro. Não é unívoca. A AD, por outro lado, pressupõe um real da história, pois ao mesmo tempo em que o homem faz história, essa também não é transparente a ele. Trata da forma material, essa que conjuga a língua com a história na produção dos sentidos. No entanto, a forma é encarnada na história para produzir sentidos, sendo assim, linguístico-histórica.

Dessa maneira, para a Análise de Discurso, a língua possui ordem própria, mas é apenas relativamente autônoma. A história tem seu real afetado pelo simbólico e o sujeito é descentrado e afetado pela língua e pela história, funcionando pelo inconsciente e pela ideologia. Deve-se, dessa forma, compreender a língua não só como estrutura, separando forma e conteúdo, mas sim como um lugar de acontecimentos. A partir disso, após trabalhos nos campos de conhecimento e a produção de um novo recorte de disciplinas, foi possível constituir um novo objeto que afetaria as formas de conhecimento em seu conjunto, sendo este, o discurso. Propomo-nos, com isso, a buscar compreender os processos de constituição das capas da revista *Veja*, tomando esta como um espaço discursivo social e construído a partir de uma identificação mediante uma interpelação, um discurso, que se dá ideologicamente pela sua inscrição numa dada formação discursiva (ORLANDI, 2012).

1.1 Análise de discurso e ideologia: uma relação basilar.

Quando pensamos a produção de discursos, devemos compreender que estes ocupam uma determinada posição social, sendo produzidos a partir de um determinado por um lugar e um tempo histórico. Para Foucault (1971), o discurso em si é realizado com muita dispersão. Para isso, é necessária, segundo ele, a busca de regras, no caso, “regras de formação”, a fim de determinar os elementos que compõem o discurso, que é o efeito de sentido entre locutores. Outro aspecto relevante para a pesquisa é o entendimento da noção de ideologia. Essa, que é ressignificada a partir da consideração da linguagem.

A presença da ideologia é atestada pelo fato de não haver sentido sem interpretação. A ideologia produz evidências e coloca o homem na relação imaginária com suas condições materiais de existência, portanto, é a condição para a constituição do sujeito e dos sentidos, bem como a ideologia e o inconsciente são estruturas-funcionamentos. Assim, a Análise de Discurso procura compreender a língua na medida em que a mesma faz sentido, trabalhando o simbólico, constitutivo do homem e da sua história (ORLANDI, 2012).

Objetivando aliar o linguístico ao sócio-histórico, os conceitos de ideologia e discurso tornam-se imprescindíveis. A ideologia, trabalhada em Althusser; e o empreendimento acerca do discurso, proposto por Foucault, auxiliam Pêcheux na construção de seus conceitos. Em Althusser, especificamente, a perspectiva em relação ao trabalho com os aparelhos ideológicos de Estado, na formulação do conceito de “formação ideológica”. Já nos escritos de Foucault, Pêcheux lança mão da expressão “formação discursiva”, encontrada em seu trabalho denominado *Arqueologia do Saber* - essa que descreve os discursos como práticas específicas no elemento do arquivo, sendo a descrição sistemática de um discurso-objeto - aprimorando e submetendo-a a um trabalho específico (BRANDÃO, 2004).

É importante ressaltar que Althusser (1980) distinguiu a teoria da ideologia geral, cuja função é a de assegurar a coesão na sociedade, e a teoria das ideologias específicas, a qual assegurava a dominação de uma classe. Dessa maneira, para o autor, a ideologia é uma representação da relação imaginária entre os indivíduos e suas reais condições de existência. Brandão (2004), ratifica o exposto apresentando três formulações de Althusser: a primeira representava a ideologia numa relação imaginária do indivíduo e suas condições reais de existência (como dito

anteriormente); a segunda afirma que a existência da ideologia é possível devido a um aparelho e sua prática (s); e por último, a terceira, que trata da ideologia interpelando o indivíduo como sujeito.

Com isso, para a ideologia ser construída ela necessita do sujeito, pois a partir dele a prática ideológica será possível. Ao buscar o estudo do discurso em Foucault, ressalta-se sua compreensão de discurso como dispersão. Dessa forma, o discurso não é uma ligação de unidades, cabendo à AD um estabelecimento de regras para formação do discurso; chamada de “regras de formação”, já mencionadas anteriormente.

Tais regras deveriam abarcar os elementos possibilitadores do discurso, entre eles: os objetos, diferentes tipos de enunciação, temas e teorias. Assim, é a partir das regras e da relação entre esses objetos, tipos enunciativos, estratégias e conceitos, que a “formação discursiva” é determinada (FOUCAULT, 1959). Ainda segundo Foucault (1959, p. 146), “um discurso é um conjunto de enunciados que tem seus princípios de regularidade em uma mesma formação discursiva”. Dessa maneira, o discurso é visto como uma família de enunciados que pertencem a uma formação discursiva.

A partir dos conceitos apresentados, Pêcheux introduz o discurso, desenvolvendo a teoria do discurso e um dispositivo operacional (A Análise Automática do Discurso). Barbai (2004) ratifica o exposto apresentando a recusa de Pêcheux à interpretação formalista dos mecanismos linguísticos-discursivos, estabelecendo uma teoria materialista dos processos discursivos.

Podemos, então, de agora em diante, afirmar que uma teoria materialista dos processos discursivos não pode para se constituir, contentar-se em reproduzir, como um de seus objetos teóricos, o ‘sujeito’ ideológico como ‘sempre-já-dado’: na verdade, e isso por razões imperiosas que dizem respeito à intricação dos diferentes elementos que acabamos de enunciar, essa teoria não pode, se deseja começar a realizar suas pretensões dispensar uma teoria (não subjetivista) da subjetividade. Dessa forma, o domínio teórico de nosso trabalho se enquadra definitivamente determinado por três regiões interligadas, que designaremos, respectivamente, como subjetividade, a discursividade, e a descontinuidade ciências/ ideologias” (PÉCHEUX apud BARBAI, 1988, p. 131).

Dessa forma, Orlandi (2012) explica que a AD vai se constituindo a partir dessa visão, como uma disciplina de entremeio, não trabalhando com a língua enquanto sistema abstrato, mas com a língua no mundo e com suas maneiras de

significar. Interroga também a Linguística sobre o estabelecimento da língua como suporte material de análise e questiona sua transparência, já que essa é carregada de possibilidades de sentido e de interpretação. Não considera a linguagem transparente, pois essa é marcada ideológica e historicamente. Com isso, “coloca o Marxismo em questão ao questionar a junção história/língua, não transparente, produtora de efeitos de sentidos e base para um conceito fundamental: o de *forma-material*” (LOPES, 2009, p.27). Já a Psicanálise é trabalhada a partir do deslocamento da noção de homem para a noção de sujeito, interpelado pela ideologia e que se constitui na sua relação com o simbólico. Assim, o sentido se encontra na materialidade discursiva, pois a língua para significar tem que se inscrever na história.

A ideologia é materializada no discurso e a materialização do discurso é a língua, trabalhando a relação língua – discurso – ideologia. Para Pêcheux (1975), não existe discurso sem sujeito, assim como não há sujeito sem ideologia; o indivíduo torna-se sujeito através da interpelação pela ideologia, fazendo com que a língua faça sentido.

Ao trabalhar a questão língua e discurso, é relevante remeter à noção de condições de produção. Orlandi (2006) afirma que a mesma pode ser pensada em seu sentido estrito que envolve o contexto imediato, o aqui e o agora, remetendo à enunciação e em seu sentido lato, incluindo o contexto sócio-histórico e ideológico. O funcionamento das Condições de Produção depende de vários fatores, dentre eles, a relação de sentidos. Essa noção afirma que todos os discursos se relacionam, bem como todos os dizeres, sejam eles realizados, possíveis ou imaginados.

Por outro lado, há o mecanismo de antecipação, por meio do qual o sujeito antecipa-se ao seu interlocutor, tendo a capacidade de colocar-se no lugar dele e ouvir suas palavras quanto ao sentido que elas produzem, visando seus efeitos sobre o interlocutor (ORLANDI, 2012).

A interpelação da ideologia na constituição do sujeito se dá pela inscrição em uma formação discursiva. Essa que é tudo o que pode e deve ser dito em uma determinada conjuntura a partir de uma posição dada em uma determinada conjuntura sócio-histórica. A partir disso, Orlandi (2012, p. 39) afirma que “o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz”. Essas são chamadas

relações de força, sustentadas no poder de diferentes lugares na sociedade. Todos os mecanismos de funcionamento do discurso são representados por formações imaginárias, que são definidas pela imagem que o sujeito faz dele mesmo, do objeto do discurso e a imagem que ele faz de seu interlocutor, definindo os sujeitos no discurso. Assim como a imagem que o interlocutor tem de si mesmo, do objeto do discurso e de quem lhe fala (ORLANDI, 2006).

A partir do conjunto de formações discursivas é formado um complexo dominante, chamado interdiscurso. Com isso, a autora afirma que ao dizer que a interdiscursividade é constitutiva de todo discurso, confirma também que todo discurso nasce de um trabalho sobre outros discursos. Pêcheux (2011) concebe o interdiscurso como tudo aquilo que fala antes, como um já-dito, dito em outro lugar. O saber discursivo é a memória discursiva, essa que torna possível o dizer, retomando o pré-construído, que está na base do dizível e constitui o dizer e os esquecimentos. Nas capas observadas da revista *Veja*, buscaremos os dizeres que significam em cada uma e os diferentes sentidos lá significados. Afinal, os sentidos já-ditos em outros lugares ou outros momentos, possibilitam efeitos diferentes, já que se devem considerar as condições de produção estabelecidas.

Segundo Lopes (2009), um trabalho de análise que tem como objeto o discurso jornalístico, deve considerar o processo de constituição da própria instituição focalizada. Analisando sua discursivização, ao se constituir, compreendendo com isso a importância de alguns processos discursivos para o funcionamento de um discurso. É imprescindível levar em consideração o sentido já-lá, presente nas capas, o interdiscurso e o já-dito, para que os sentidos ali presentes possam ser analisados a partir das condições de produção dadas.

Ao proferirmos discursos, operam-se esquecimentos, outra noção relevante para nosso empreendimento analítico. Para Pêcheux (1975), o esquecimento do discurso possui duas formas: uma refere-se à ordem da enunciação e a outra da ordem da constituição é chamada de esquecimento ideológico. O primeiro produz a impressão da realidade do pensamento, como se houvesse uma relação direta entre o pensamento, linguagem e mundo; fazendo-nos acreditar que o que dizemos só poderia ser dito daquela forma, estabelecendo uma naturalidade entre palavra e coisa. Partindo do pressuposto que jornalistas acreditam que a forma como

produzem seu discurso é natural e imparcial, trabalharemos o esquecimento referido acima, já que este é comum na linguagem jornalística.

O outro esquecimento, dito ideológico, corresponde ao inconsciente e ao modo como somos afetados pela ideologia. Temos a partir dele, a ilusão de origem do que dizemos, no entanto, os sentidos já existem, nós apenas os retomamos. Afinal, a linguagem só faz sentido porque já tem sentido. E devido à sua incompletude, nem os sujeitos, discursos ou sentidos estão acabados.

A linguagem trabalhada na pesquisa em questão é pensada discursivamente em sua relação com o mesmo e o diferente. Assim, seu funcionamento é considerado na relação entre processos parafrásticos e polissêmicos. O primeiro está ao lado da estabilização, uma vez que há em todo dizer algo que sempre é mantido, o dizível, a memória; enquanto o segundo joga com o equívoco, com os deslocamentos e ruptura nos processos de significação. A relação entre paráfrase e polissemia é condição de existência dos sujeitos e dos sentidos. Se a língua não fosse sujeita à falha ou a história passível de ruptura, não haveria transformação nem movimentos possíveis. Por isso, a incompletude é condição da linguagem, pois nem os sentidos, sujeitos e conseqüentemente, o discurso, estão acabados (ORLANDI, 2012).

Ainda segundo a autora, é a partir desses conceitos que a AD distingue criatividade de produtividade. A produtividade pertence ao processo parafrástico, produzindo sua variedade; enquanto a criatividade é regida pelo processo polissêmico, implicando uma ruptura de produção da linguagem pelo deslocamento das regras. Para nossa pesquisa, é de extrema relevância analisar o discurso midiático, normalmente pautado pela produtividade, já que a criatividade necessita de um trabalho que crie um conflito entre o já produzido e o novo.

Lopes (2009) traz Pechêux (2002) afirmando que um *acontecimento* convoca um espaço da *memória* e o reorganiza. Dessa forma, ao tomar as capas da revista Veja como material de análise é necessária à compreensão das questões de memória para entender como os processos discursivos jogam para a construção dessas capas, levando em consideração as condições de produção presentes nos diferentes anos, compreendendo-se os efeitos de sentidos imbricados em cada uma delas.

Algo que importa é compreender, segundo Guimarães (2001), o motivo de um fato ser selecionado em detrimento de outro no jornalismo. Quais os efeitos de sentido presentes no discurso midiático e quais as formações discursivas e condições de produção que fizeram a revista enunciar a partir de determinadas posições nos diferentes anos analisados?

1.2 Posições – sujeito

Inicialmente, é relevante tratar da subjetividade apresentada por Orlandi (1999) em “Do Sujeito na História e no Simbólico”. A subjetividade é estruturada no acontecimento discursivo e permite compreender como a língua acontece no homem. O discurso tem como lugar fundamental: a subjetividade. Esse, que é um acontecimento significante, possibilita o deslocamento da noção de homem para o de sujeito, havendo com isso dois deslocamentos, o de sentido e o da língua, posta em relação com a história.

Partindo desse pressuposto em relação à subjetividade, é relevante observar os sentidos possíveis em uma posição-sujeito dada. O sujeito na AD é posição. Esse se desloca, subjetivando-se a partir de sua situação, seu lugar no mundo, para a posição no discurso. Assim, a situação social (empírica) é transformada em posição-sujeito (discursiva), ratificando o fato de o sujeito na Análise de Discurso ser identificado através da posição. Orlandi (1999) ainda ressalta que o sujeito e o sentido se constituem na articulação da língua com a história, em que entram o imaginário e a ideologia.

O sujeito na AD é afetado pela história. Com a contribuição da Psicanálise, tem-se o deslocamento da noção de homem para sujeito. Sendo que este se constitui na relação com o simbólico, na história. O sujeito é descentrado, pois é afetado pelo real da língua e da história, funcionando pelo inconsciente da ideologia (ORLANDI, 2012).

Courtine (1980) afirma que o sujeito é sempre um lugar sócio-histórico discursivamente produzido. Esse, visto como heterogêneo, plural e em eterno processo de constituição, atrai questões em torno da identidade. O sujeito possui uma pluralidade de posições-sujeitos às quais se identifica revigorando a concepção

de sujeito para a AD. Há elementos heterogêneos, às vezes contraditórios, mas presentes em um mesmo sujeito e complementado pelo discurso.

O sujeito é considerado múltiplo porque ao mesmo tempo em que atravessa, também é atravessado por diversos discursos, pois representa vários papéis e não se relaciona mecanicamente com a ordem social da qual faz parte (ORLANDI, 1998). Para Lopes (2009), essa multiplicidade acarreta o deslocamento de sentido e da língua, posta em relação com a história. Nesse sentido, ainda conforme Lopes (2009, p. 70), “há sentidos possíveis que estão em jogo em uma posição-sujeito, uma vez que, em AD, o sujeito é posição entre outras, subjetivando-se na medida mesmo em que, de sua situação no mundo, se projeta de sua situação no mundo para sua posição no discurso”.

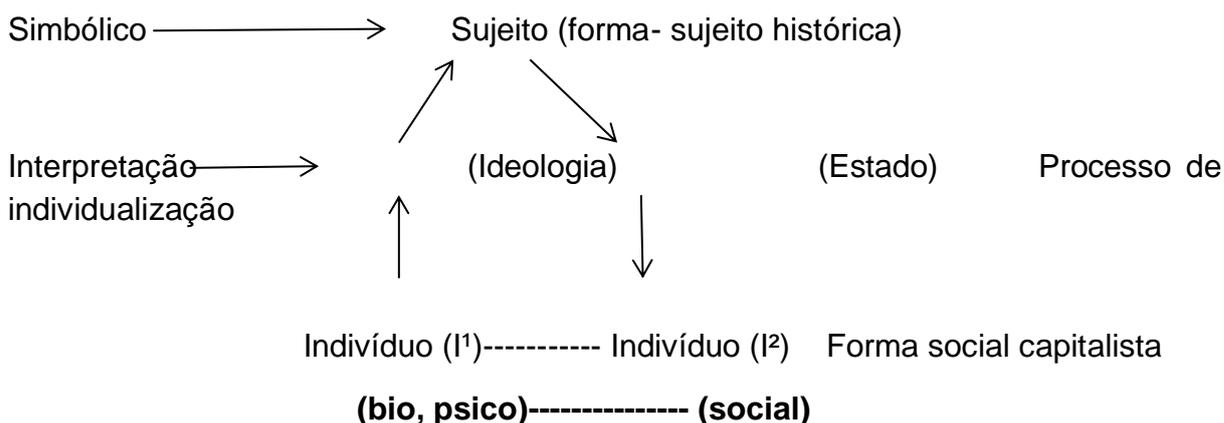
A ideologia interpela o indivíduo em sujeito. Este é sujeito à língua e submete-se a ela significando e significando-se pelo simbólico na história. O *sujeito* para ser *sujeito* de língua é *sujeito* à língua. Para dizer, é preciso ser afetado pelo sistema significante, o simbólico. Com isso, é a partir do assujeitamento que o indivíduo torna-se sujeito e passa a fazer sentido. Vale ressaltar ainda que o assujeitamento não é quantificável. Ele envolve a natureza da subjetividade e a qualificação do sujeito pela relação constitutiva com o simbólico, sendo assim, a subjetivação é uma questão de qualidade, de natureza (ORLANDI, 1999).

Lopes (2009, p.70) afirma então que “não há *sujeito* nem sentido sem o assujeitamento à língua. Quando nascemos não criamos uma língua, entramos no processo discursivo que já está instalado na sociedade e nos submetemos à língua, subjetivando-nos”. A língua é aberta ao equívoco e não funciona fechada em si mesma, bem como a ideologia, que também possui um ritual com falhas. Orlandi (1999, p. 13) afirma que “a materialidade dos lugares dispõe a materialidade dos lugares dispõe a vida dos sujeitos e, ao mesmo tempo, a resistência desses sujeitos constitui outras posições que vão materializar novos (ou outros) lugares”. Assim, tal como a interpretação e suas formas mudam em diferentes momentos da história, mudam-se também os sentidos e os sujeitos, possuindo uma forma-material concreta e distinta nas diferentes sociedades.

Orlandi (2012) afirma que o sujeito ao mesmo tempo em que determina o que diz, é também determinado pela exterioridade na relação com os sentidos. A forma-sujeito da modernidade, conhecida como sujeito-de-direito da modernidade, e

também como sujeito-de-direito ou jurídico, é ao mesmo tempo livre e submisso, esse pode tudo dizer, no entanto, deve se submeter à língua para fazê-lo. O sujeito é histórico. Por isso, para entender a forma-sujeito da atualidade, é necessário conhecer a forma de antigamente, a fim de entender a mudança do meio social.

A forma-sujeito religioso correspondia à Idade Média. O discurso presente nessa época apresentava subordinação explícita do homem ao discurso religioso. A subordinação é característica das duas formas-sujeito apresentadas pela autora. Contudo, enquanto na Idade Média a subordinação era explícita, na modernidade ela aparece camuflada. A primeira é subordinada ao discurso religioso e a segunda às leis, com seus direitos e deveres. O assujeitamento na segunda fase é menos visível porque ainda, segundo a autora, ele preserva a ideia de autonomia, liberdade individual e não-determinação do sujeito. Vale ressaltar, que a forma sujeito-de-direito ou jurídico corresponde a uma estrutura social, neste caso, a sociedade capitalista. O sujeito, como é produto histórico e efeito de discurso, sofre as determinações de diferentes modos de assujeitamento de acordo com as formas-sujeito, sendo essa determinada pelas relações de poder e pela história.



Fonte: Orlandi (1999)

A partir disso, é relevante pensar a partir de qual ou quais posições enuncia a Revista *Veja*. Ao observamos o texto de um jornal ou revista, no nosso caso, a Capa da Revista *Veja*, remetemos automaticamente sua ‘autoria’ a um jornalista e/ou a instituição que se responsabiliza por aquele discurso.

Segundo Zilio (2013, p.1),

o gesto da interpretação vem carregado de uma memória que possibilita ao leitor e ao analista diferentes olhares e deslocamentos de sentido. O dispositivo analítico permite ao analista compreender para além da estrutura, levando em consideração cada gesto de interpretação. Diante disso, convém ressaltar, no entanto, que a estrutura do texto possibilita o início dos olhares para restituir a espessura da linguagem que ora se apresenta no texto analisado.

Dessa forma, ao buscar compreender de que posição a Revista Veja anuncia acerca do tema Copa do Mundo, foi relevante observar que essa apresenta uma oscilação em relação às posições durante os anos analisados. É possível perceber que a revista enuncia a partir de uma posição positiva sobre o futebol em alguns anos; em outros, enuncia de uma posição negativa e, há, ainda, momentos em que se apaga o acontecimento nas Capas da Revista. Parece-nos possível afirmar que entre os anos de 1970 e 2010, fala-se a partir de uma posição favorável à Copa do Mundo. Já em 2013, ano das manifestações no Brasil, notamos um rompimento e um deslizamento para outra posição-sujeito, passando-se a enunciar a partir de uma posição negativa, contrária à realização da Copa no Brasil.

1.3 Memória Discursiva

A memória discursiva muito nos interessa neste trabalho, pois a partir de sua compreensão é possível entender as conjunturas sociais e ideológicas constitutivas, bem como observar quais acontecimentos são retomados ou reterritorializados pelas capas publicadas no decorrer dos anos aos quais nos referimos anteriormente. É fundamental que se compreenda que a memória é tudo aquilo que fala antes, em outro lugar, por isso também é chamada de interdiscurso. É definida como o saber discursivo, esse que “torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra” (ORLANDI, 2012, p. 32). É o interdiscurso que possibilita os dizeres, sabendo que uma palavra só faz sentido porque os sentidos já existem e já foram proferidos em algum lugar.

Ao pensar a língua em relação à exterioridade, é percebida uma busca que concebe o discurso em abertura com o simbólico, constituído por um processo cultural, histórico e político de produção. Nesse sentido, Orlandi (1999, p. 32) afirma

que “o dizer não é propriedade particular. As palavras não são só nossas”, pois ao dizer, o sujeito “pensa que sabe o que diz, mas não tem acesso ou controle sob o modo pelo qual os sentidos se constituem nele”. Isso permite reafirmar o fato de que o já-dito é fundamental para a compreensão do funcionamento do discurso, bem como a relação com o sujeito e com a ideologia. Partindo do pressuposto da incompletude da linguagem e de que as palavras só têm sentido porque o sentido já é existente, é válido afirmar que a memória discursiva é ativada pelo acontecimento, retomando o já-dito e construindo um significado de acordo com as condições de produção dadas.

Na memória discursiva há a possibilidade de uma FD a reproduzir formulações anteriores, essas que foram ditas e esquecidas. É a memória discursiva que permite, através de formulações existentes em uma formação discursiva, o esquecimento, aparecimento ou a derivação de sentidos. Os sujeitos e os sentidos nunca estão acabados, pois o discurso só significa dentro de uma formação discursiva dada, a partir da inscrição desses discursos na língua e na história. Logo, a incompletude é condição da linguagem (ORLANDI, 2006 *apud* LOPES, 2009).

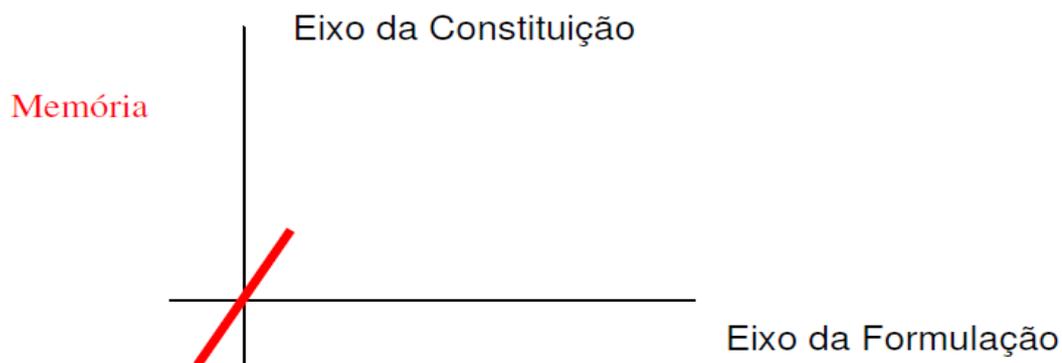
Como dito no tópico anterior, o sujeito da AD não é empírico, mas a posição sujeito projetada no discurso. Isso ocorre devido às formações imaginárias, essas regem todo o discurso. Envolvendo, assim, a imagem que o sujeito faz dele mesmo, que ele faz de seu interlocutor e a imagem que ele faz do objeto do discurso, além da imagem que o interlocutor tem de si mesmo, de quem lhe fala e do objeto do discurso (ORLANDI, 2006).

O sujeito compõe uma imagem de seu interlocutor para dizer-lhe o que diz, podendo antecipar o que ele pensará diante do que é dito. Com isso, ele organiza seu discurso, antecipando o que pode e deve ser dito de acordo com as relações de força presentes. As formações imaginárias permitem a tomada das posições-sujeitos ocupadas no discurso. Cada posição significa em relação ao contexto histórico, social, à memória e ao já-dito (LOPES, 2009). Assim, a posição-sujeito é resultado da filiação ideológica, pois ao ser interpelado pela ideologia o indivíduo se identifica com uma outra posição discursiva.

Courtine (1985 *apud* ORLANDI, 2006), acerca das noções de memória e interdiscurso, propõe que pensemos no assujeitamento do sujeito falante na ordem do discurso em dois níveis ou eixos. Orlandi (2006) apresenta esses níveis,

identificando o primeiro como “o nível da enunciação”, que é produzido por um sujeito enunciador em uma dada situação enunciativa e marcado pela materialização discursiva. Para Orlandi (2006, p. 21), esse seria o eixo da formulação, sendo representado pelo eixo horizontal. O segundo, o “nível do enunciado”, encontra-se verticalmente e é nele que podemos depreender o interdiscurso.

Orlandi (2006) considera que é nesse eixo vertical que situamos a memória. Nele são encontradas enunciações que se estratificam de tal forma que qualquer formulação se dá através do conjunto das formulações já feitas. Todavia, há uma particularidade no que diz respeito à memória discursiva; “trata-se do fato de que quando enunciamos há essa estratificação de formulações já-feitas que presidem nossa formulação e forma o eixo da constituição de nosso dizer, **mas** são formulações já-feitas e esquecidas (LOPES, 2009, p.81). Assim, é corroborada a afirmação de que a memória discursiva é constituída pelo esquecimento, como também pela falha.



Fonte: Lopes (2009)

Segundo Orlandi (2007, p.61-62), “falar é esquecer. Esquecer para que surjam novos sentidos, mas também esquecer apagando os novos sentidos que já foram possíveis, mas foram estancados em um processo histórico-político silenciador. São sentidos que são evitados, de-significados”, dessa forma, não temos como controlar a forma como os sentidos se formam em nós. Fernandes (2013) traz a noção de que a memória discursiva implica regularização e repetição de dada materialidade discursiva. No entanto, a historicidade que atesta o discurso e sua possibilidade material faz com que nada seja repetição – mas sim uma

estabilização, pois há sempre algo que se mantém, o dizível, a memória – sendo esse um processo parafrástico. O passado, quando retomado, apresenta-se como condição para ler e dizer o presente.

1.4 O discurso midiático

O discurso midiático age produzindo diversos efeitos na sociedade. Isso acontece porque “a mídia é conhecida como um lugar de produção de técnicas de si, um lugar de produção de condutas sociais, linguísticas e discursivas para os indivíduos, isto é, como eles podem e devem agir, o que podem e devem dizer” (PECENIN, 2007, p. 27). A partir do século XIX, segundo Romão e Moreira (2008), surgiram inovações tecnológicas, facilitando as transmissões de informação e ajudando a comunicação à distância. Essas inovações trouxeram o desenvolvimento da instituição midiática, tanto como Ciência, quanto como instância produtora de informação na/ para a sociedade.

Ainda conforme os autores, nos séculos XX e XXI, a mídia vem crescendo e se estabelecendo como uma das principais fontes de informação e polo de resposta às demandas sociais. Vale ressaltar, também, que essa evolução é decorrente do desenvolvimento de novas tecnologias de informação (internet, televisão, jornais, revistas, etc.).

O discurso midiático produz a escrita de acordo com as atualidades, apresentando uma história com o tempo atual (NAVARDO-BARBOSA, 2001). Essa é mostrada e projetada ao público visando, de acordo com Mariani (1999), seus interesses políticos, ideológicos e econômicos; selecionando os fatos, recortando-os e definindo as imagens a serem divulgadas.

Lopes (2009) afirma que todo dizer é dito por sujeitos em determinadas posições. Não é possível, assim, pensar em objetividade, como também não cabe pensar no discurso como forma de manipulação. Para Althusser (1970), a ideologia constitui indivíduos concretos em sujeitos. No entanto, sabendo que a ideologia é materializada no discurso, não há como desvincular o discurso midiático do processo de Formação discursiva (FD) e Formação ideológica (FI), já que partimos do pressuposto que a linguagem só é linguagem porque faz sentido e essa só faz sentido porque se inscreve na história.

Consoante Orlandi (2012, p. 43), “a formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada, ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada, determina o que pode e deve ser dito”. Já sobre formação ideológica, Haroche et al. (1971, p.102 *apud* BRANDÃO, 2004, p. 47) afirmam que “cada formação ideológica constitui um conjunto complexo de atitudes e de representações que não são nem “individuais” nem “universais”, mas se relacionam mais ou menos a posições de classe em conflito umas em relação às outras”. Assim, a formação ideológica possui como um de seus componentes uma ou mais formações discursivas interligadas, implicando dizer que os discursos são governados por formações ideológicas e que as formações discursivas, em uma específica FI, determinam “o que pode e deve ser dito” (BRANDÃO, 2004).

De acordo com Coracini (2004), o sujeito é um construto social e discursivo, pois é no e pelo discurso que a identidade é criada. Para Rodrigues (1993), o discurso é o principal produto da mídia, sendo esse o resultado final do seu funcionamento. “A mídia produz discursos como os pintores pintam telas, os músicos compõem músicas, os arquitetos projetam edifícios. É claro que a mídia desempenha outras funções, a todas elas têm o discurso o seu objetivo e a sua expressão final” (RODRIGUES, 1993, p. 217). A partir da importância do discurso, é relevante acrescentar que os mecanismos de funcionamento do mesmo são construídos a partir de formações imaginárias. Essas são projeções que definem os sujeitos no discurso.

Orlandi (2012) afirma que em toda língua há regras de projeção que permitem ao sujeito passar da situação empírica para a discursiva. Essas posições significam em relação ao contexto sócio-histórico e à memória. O mecanismo imaginário produz imagens do sujeito e do objeto do discurso em uma determinada conjuntura. Existe assim:

a imagem da posição sujeito locutor (quem sou eu para lhe falar assim?), mas também da posição sujeito interlocutor (quem é ele para me falar assim, ou para que eu lhe fale assim?), e também a do objeto do discurso (do que estou lhe falando, do que me fala?). (...) E se fazermos intervir a antecipação, este jogo fica ainda mais complexo, pois incluirá: a imagem que o locutor faz da imagem que seu interlocutor faz dele, a imagem que o interlocutor faz da imagem que ele faz do objeto do discurso e assim por diante (ORLANDI, 2012, p. 40).

Dessa maneira, é no jogo imaginário que se produz o discurso e é na relação discursiva que várias posições são constituídas. Acerca de práticas discursivas, Foucault (1986, p. 136) enfatiza “que são um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercícios da função enunciativa”. Por sua vez, processos discursivos são, de acordo com Pêcheux (1997), estratégias linguísticas – recorrência de palavras-pivôs, adjetivos, advérbios e estruturas sintáticas – que materializam na língua os efeitos de sentido de um determinado discurso e também o produzem, isto é, o marcam sob certo princípio de regularidade. Dessa forma, todo discurso nasce de outro discurso e remete a outro discurso, ratificando o processo discursivo e a relação língua e ideologia. Courtine (1999) define esse processo como interdiscurso, que são séries de formulações discursivas marcando, cada uma, uma enunciação distinta e dispersa, articulando-se entre elas em formas linguísticas determinadas: citando-se, repetindo-se, parafraseando-se, opondo-se, transformando-se.

Nesse contexto, destaca-se o discurso midiático, o qual Guattari (1994) nomeia como um equipamento coletivo de subjetivação, isto é, uma máquina social e retórica que engendra subjetividades. É formada também por “processos vivos e móveis, feitos de forças e discursos provindos de diferentes meios profissional, familiar, sexual, econômico, político, cultural, informático, turístico etc” (ROLNIK, 2000, p. 26). Os veículos de comunicação enunciam a partir de uma pretensa função de dar todas as informações requeridas pelo público-leitor, de forma completa e imparcial. Entretanto, levando-se em consideração os estudos linguísticos mencionados aqui, apresentando a não-transparência da língua e a questão ideológica, essa que é inerente ao discurso, compreendemos a impossibilidade de imparcialidade no discurso midiático.

Segundo Orlandi (1998, p. 61), “o texto não é ponto absoluto de partida nem ponto absoluto de chegada”. Partindo de nossa perspectiva teórica, podemos afirmar, conforme a autora, que o texto jornalístico é um objeto linguístico-histórico estruturado e que organiza, em sua discursividade, a ordem da língua e a ordem das coisas: a sua materialidade. Esse não é uma unidade fechada e é incompleto; se o considerarmos como discurso, reinstala-se a sua incompletude. Em vista disso,

“estudar o texto/discurso da revista Veja significa compreender não só como o texto produz sentido, mas para qual sociedade historicamente determinada produz sentido” (CYRRE, 2013, p.42). A mídia realiza um forte trabalho com a memória discursiva, tocando-a e /ou atualizando-a conforme as determinações postas pelas condições de produção de determinados discursos. Isso implica compreender tanto como os sentidos estão no texto/discurso quanto como eles podem ser lidos (CYRRE, 2013).

De acordo com Halbwachs (1988) e Nora (1985), a mídia utiliza a memória e estabiliza os sentidos presentes nesta, criando uma ilusão de inteireza, que é a própria identidade, um efeito de completude, como se a mídia trouxesse toda a informação necessária e suficiente para o leitor. Porém, para essa compreensão se tornar possível, existe, conforme Orlandi (1994), o gesto da interpretação, definido como espaço simbólico marcado pela incompletude, pela relação com o silêncio e é o lugar próprio da ideologia “materializada” pela história; o vestígio do possível.

A mídia funciona como um “lugar de memória”, um indicador empírico de memória coletiva e detentora de arquivos sobre o passado, essencial para a construção e reafirmação da identidade nacional. Com isso, a memória social e coletiva pode interpretar acontecimentos do presente de modo a definir e reforçar certas características que identificam indivíduos entre si e em grupo, seguindo as divisões sociais e ideológicas dentro da sociedade. A mídia abastece a memória com notícias, entrevistas, anúncios e etc.; não faz apenas a recuperação dos já-ditos, pois também modifica e reconstrói a memória coletiva.

Além da memória, há outro aspecto imprescindível ao texto midiático, os esquecimentos. Baudrillard (1997, p. 80) afirma que “por trás de cada informação, um acontecimento desapareceu; sob a cobertura da informação um a um os acontecimentos nos são retirados”. O esquecimento de ordem jornalística, explica Orlandi (2012), é o esquecimento número “dois”, denominado esquecimento enunciativo. Esse produz a impressão da realidade do pensamento – ilusão referencial – fazendo acreditar na relação direta entre o pensamento, a linguagem e o mundo, estabelecendo uma relação natural entre a palavra e a coisa. Nesse esquecimento, o jornalista só percebe uma maneira de como proferir o discurso, podendo ser dito apenas com aquelas palavras, não podendo ser feito de outra forma.

Toda significação realizada pelo ser humano se dá por meio da linguagem. Há de se considerar também nesta pesquisa os silêncios, que significam através do que fica a dizer e dos não-ditos. Orlandi (2012, p. 82) define o silêncio como “o não-dito, mas presente”, possibilitando com que o dizer possa ser outro, ecoando no sujeito (ORLANDI, 1997, p. 162). Ainda de acordo com a mesma autora (1997), o movimento dos sentidos é dado pelo silêncio fundante, sendo esse considerado o real do discurso e da significação, indicando que o sentido pode sempre ser outro. O silêncio fundador possibilita outros sentidos a serem ditos, pois esse não se constitui devido à ausência de palavras, mas relaciona-se ao que ressoa e significa, apesar da ausência.

Há outras formas de silêncio que atravessam as palavras. Além do silêncio fundador, existe a política do silêncio, subdividida em: silêncio constitutivo e silêncio local. No primeiro funcionamento, para dizer é preciso não-dizer, assim uma palavra apaga outras palavras. Já no segundo, é aquilo que é proibido dizer em certa conjuntura, que é a censura – o que faz o sujeito não dizer o que poderia ser dito. A maneira de analisarmos os não-ditos implica uma compreensão dos sujeitos e dos sentidos em relação ao simbólico, ideológico e com o inconsciente, gerando diferentes conclusões e consequências. Afinal, entre o dizer e o não-dizer há todo um espaço de interpretações no qual o sujeito se move (ORLANDI, 2012).

Lopes (2009, p.38) assevera que “o discurso jornalístico é considerado uma modalidade de *discurso sobre*, que torna objeto aquilo sobre o que se fala”. Dessa forma, Mariani (1998, p. 60) afirma que esse tipo de discurso está presente “na institucionalização dos sentidos, portanto, no efeito de linearidade e homogeneidade da memória”. Ainda segundo a autora (1998), os jornais quando relatam acontecimentos exercem uma determinação nos sentidos. Sentidos esses que irão variar de acordo com as condições de produção presentes.

É sabido que na mídia há um jogo de dizer e não-dizer. Nesse jogo, a ideologia define os sentidos autorizados e aqueles que devem ser silenciados. No entanto, é válido destacar que, o que é permitido dizer, o é em certa formação social e afetado pela historicidade. Para Mariani (1998, p.65), “o que é dito nos jornais depende fortemente das possibilidades enunciativas específicas de cada formação social em cada período histórico”. Vale ressaltar também que a memória da instituição jornalística contribui para a produção e significação das notícias, pois os

dizeres já estão consolidados tanto pela imprensa, como pela zona de memória fundamentada no falar jornalístico. Segundo Pêcheux (1969), as “escolhas” jornalísticas, sejam elas de fotografias, textos e manchetes, são atravessadas pela formação social.

A mídia atua nos dizeres já ditos e nos a serem ditos, produzindo sentidos a partir de uma ilusão de objetividade. Mariani (2006, p. 61) afirma que essa instituição “contribui na constituição do imaginário social e na cristalização da memória do passado, bem como na construção da memória do futuro”. Porém, nesse processo de silenciamento e instauração de sentidos, há a necessidade do sujeito, nesse caso, enquanto posição sujeito-jornalista, de se enquadrar em determinadas formações discursivas (FD). Ratificando o exposto, Mariani (1998, p.97) explica que

encontra-se no discurso jornalístico, uma discursivização do cotidiano que se apaga para o leitor (e para o próprio sujeito que enuncia da posição “jornalística”) e é nessa discursivização – um falar *sobre* de natureza institucional – que os mecanismos de poder vão tanto distribuindo os espaços dos dizeres possíveis como silenciando, localmente, o que não pode e não deve ser dito.

Com isso, Rodrigues (1993) afirma que a instituição midiática desempenha, nas sociedades modernas, um papel homogeneizador da vida coletiva, refletindo a diversidade das funções, mobilizadoras, reparadoras e simbólicas das demais instituições.

Para este trabalho é válido pensar, então, até que ponto as capas da revista Veja refletem a sociedade atual nos diferentes anos? A produção da Revista silencia determinados sentidos? Que memória se é permitido ter acerca de Copa do Mundo? Como pensar a Copa do Mundo através da materialidade discursiva das capas da Revista Veja durante os anos selecionados?

2 CAPÍTULO II – DA CONSTITUIÇÃO DE NOSSO ARQUIVO

O *corpus* do nosso trabalho – tratado discursivamente como arquivo - gira em torno da abordagem do tema Copa do Mundo nas capas da Revista Veja, desde a Copa de 1970 à Copa de 2014.

Segundo Pêcheux (2014, p. 59), o arquivo é entendido como um “campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão”. Ainda para o autor, o trabalho com o arquivo envolve uma série de conjunturas e o trabalho de uma memória histórica. Para a leitura de um arquivo, é necessário um trabalho anônimo através do qual os aparelhos de poder de nossa sociedade gerem uma memória coletiva.

Para Maltidier (1994), o arquivo é visto como uma materialidade discursiva que traz marcas da constituição de sentidos. Esse não é um documento no qual se encontram referências, mas sim que traz à tona dispositivo significante através de sua leitura. Esse gesto de interpretação se dá porque, segundo Orlandi (1994), o espaço simbólico é marcado pela incompletude, pela relação com o *silêncio* e é o vestígio do possível, o lugar próprio da ideologia ‘materializada’ pela história.

Ao esboçar a linha teórica trabalhada, é relevante destacar também que para este trabalho, não há como conceber uma ação metodológica isolada da teoria. Para Orlandi (2012), o processo de construção do *corpus* é considerado como momento inicial da análise, já que a seleção do material linguístico-histórico será mais detidamente analisada.

Orlandi (1994 *apud* LOPES, 2009) afirma ainda que a interpretação do arquivo só é possível devido à incompletude do espaço simbólico, pela relação com o silêncio e com o lugar da ideologia “materializada” pela história. Os dados, assim, resultam de uma construção a partir da relação com o real, com a interpretação e a exterioridade. Sabendo que o jornalismo é um lugar de produção de sentidos, é válido afirmar que o mesmo é constituído por um discurso heterogêneo, opaco e produtor de sentidos, elaborado segundo regras particulares.

Embora se apresente como um discurso transparente, esse é opaco, pois contém diversas possibilidades de interpretação, além de não transparecer as suas condições de produção. É produtor de sentidos, pois trabalha em sua constituição

com indivíduos inseridos historicamente em seu tempo, sendo efeito dos sentidos dominantes nesses contextos (BENETTI, 2007).

Lopes (2009) ressalta o fato de a AD trabalhar a partir de um deslocamento no estudo da linguagem, na transformação do dado ao fato, colocando-nos no campo linguístico e discursivo. Para Orlandi (1994), a incompletude marca o espaço simbólico, fazendo existir o gesto de interpretação. Essa incompletude e a relação com o silêncio marcam o lugar próprio da ideologia materializada na história. O arquivo, dessa forma, não é apenas um documento, pois a leitura desse, ativa dispositivos e configurações significantes, pois é uma materialidade discursiva a qual marca a constituição dos sentidos (GUILHAMOU; MALDIDIER, 1994).

A pesquisa enfoca o modo pelo qual a Revista Veja aborda o tema Copa do Mundo. Com isso, procura-se identificar os efeitos de sentido produzidos. Foram selecionadas 23 capas da revista Veja, correspondentes aos anos de 1970, 1974, 1978, 1982, 1986, 1990, 1994, 1998, 2002, 2006, 2010 e 2014. A seleção foi feita com base na focalização ou não do tema Copa do Mundo, desde o primeiro ao último exemplar publicado pela revista. A primeira capa correspondente ao dia 10 de junho de 1970 e a última a 09 de julho de 2014.

O *corpus* desta pesquisa foi recolhido do acervo digital da Revista Veja, obedecendo-se a um recorte discursivo – a retomada da temática da Copa do Mundo nos anos em que houve a competição.

3.1 Nosso arquivo e seus desdobramentos

3.1.1 A Revista Veja

Produzida pela Editora Abril, Veja é a Revista semanal de informação com maior tiragem do país, superando 1 milhão de exemplares. De acordo com Villalta (2002), Veja foi lançada em 1968, no entanto, só atingiu estabilidade em meados dos anos 70. Segundo os dados mais recentes disponíveis, as plataformas de VEJA contam com uma audiência de 12 milhões de pessoas. São 9,3 milhões de leitores na versão impressa, 150 mil na versão digital, 2,5 milhões de visitantes únicos no

portal Veja.com, 36 mil leitores no aplicativo (app) VEJA Notícias, por semana. Além disso, a publicação ainda possui mais de 3 milhões de seguidores de VEJA no Twitter (uma das trinta contas mais populares do Brasil – e a primeira entre os sites de notícia). Todos esses dados são oficiais da Editora Abril. Considerando-se, então, sua grande circulação, tiragem considerável e reconhecimento, Veja foi escolhida como a instituição a ser pesquisada em nosso trabalho.

Antes de adentrarmos mais propriamente no que diz respeito à Revista *Veja*, é válido ressaltar o que dizem os estudos em História das Ideias Linguísticas quanto à preocupação em observar a instituição jornalística, para que se compreenda sua produção discursiva.

Partindo desse pressuposto, Lopes (2012) ressalta que os caminhos propostos pela História das Ideias Linguísticas em uma articulação teórico-metodológica com a Análise de Discurso (AD) possibilitam compreender a instituição em sua discursividade através do funcionamento que se apresenta a partir do trabalho com os discursos disponíveis sobre seu processo de institucionalização.

Através da história do processo de constituição da instituição, somos expostos a diversos discursos sobre sua fundação, bem como o discurso acerca do processo de institucionalização, sendo relevante não o que a instituição diz ou que dizem sobre ela, mas como o faz/se faz e as condições sócio-históricas em que o dizer é produzido. Com isso, para compreender os discursos institucionais, é necessário observar os sentidos que são constituídos na historicidade dos discursos que circulam no processo de institucionalização (MARIANI, 1999).

Dessa forma, Orlandi (2001) apresenta a importância do programa História das Ideias Linguísticas (HIL), o qual tenta, por meio da análise da textualidade, compreender o processo de construção, os sujeitos sócio-históricos e os sentidos das instituições que as habitam/praticam, para que a análise do arquivo se dê de forma satisfatória.

Assim, para compreender a produção discursiva da Revista *Veja*, devemos buscar atentar para sua história e diferentes contextos sócio-histórico, a fim de interpretarmos e compreendermos o modo como esta instituição se discursivizou. A Revista *Veja* nasceu em meio a um delicado momento da história nacional, pouco mais de quatro anos após a instalação da ditadura militar no país. Logo em seu primeiro ano de vida, *Veja* teve que conviver com a censura, que fora instaurada

com o AI-5. Se por um lado esse contexto histórico de censura e repressão imposta pelos militares se tornara fator de conflito com os periódicos; por outro, como órgãos que visavam lucro, havia certo atrelamento entre a imprensa e o Estado, através do incentivo fornecido por meio das concessões de publicidade e o favorecimento na importação de equipamentos (CASADEI, 2011).

Fundada por Roberto Civita, filho mais velho do dono da Editora Abril, Victor Civita, o lançamento de *Veja*, segundo Terciotti (2011), teve uma das maiores campanhas publicitárias da história da imprensa brasileira. Porém, na época da campanha de lançamento, produziu-se o efeito de sentido que *Veja* seria uma revista semanal ilustrada concorrente da Revista Manchete e não se trataria de uma revista semanal de informações. *Veja* era um novo tipo de Revista e investia no texto escrito, diferente das demais que tinham como prioridade a fotografia. O público, no entanto, não estava preparado para as inovações (TERCIOTTI, 2011). “A primeira edição, por exemplo, teve uma tiragem de 700 mil exemplares, a segunda 500 mil, a terceira de 300 mil, a quarta de 150 mil e a quinta cerca de 100 mil exemplares. Dessa forma, durante cerca de 20 edições, a revista não vendeu mais do que 16 mil exemplares” (TERCIOTTI, 2011, p.2735).

Dentro da própria Abril, surgiram dezenas de propostas para modificar VEJA, aumentar seu formato, acrescentar fotos coloridas, introduzir colunistas famosos e assim por diante. Mais uma vez a tenacidade se fez presente numa frase bem-humorada de Victor Civita: ‘O público está errado, a revista está certa. Vamos insistir (REVISTA VEJA, 23 de maio de 1980, p. 05).

Todo o lucro da Editora Abril passou a ser consumido pela Revista, já que esta dava bastante prejuízo. Durante esta época, o único sucesso de vendas havia sido a edição especial sobre a chegada do homem à lua e a capa da revista com o jogador de futebol Pelé, após fazer seu milésimo gol, chamado de “o herói dos super-heróis”. A revista não havia encontrado, ainda, sua linha editorial; os jornalistas não sabiam como fazer uma revista semanal de informação. Apenas durante a crise da sucessão do presidente Costa e Silva, em 1969, *Veja* encontrou seu foco editorial. A partir disso, de dezessete capas seguidas, apenas três não eram políticas. Para atrair o público, os jornalistas da revista *Veja* passaram a trabalhar em equipe: o chefe exercia também o cargo de repórter e vários jornalistas

apuravam, ao mesmo tempo, uma notícia e modificavam / formulavam o texto escrito conjuntamente. Essa característica inovadora trouxe o respeito de novos leitores pela revista, mas também provocou várias apreensões (FRANÇA, 2011). Com isso, fizera-se necessário que a revista apresentasse outra novidade para atrair leitores:

Em maio de 1969, Mino Carta apresentou uma proposta de mudança para melhorar a vendagem de *Veja*. Ele propunha que, a partir da edição 39, a revista abrisse com quatro páginas de entrevista com uma figura de importância (a inspiração eram as longas entrevistas da *Playboy*). Por sugestão de Roberto Civita, o papel usado nas páginas da entrevista deveria ser diferente daquele usado no miolo, talvez ocre ou bege. “Havia, no entanto, disponibilidade de um papel amarelado. Quando o estoque acabou, as ‘amarelinhas’ já eram um nome e uma colocação disputados por pessoas importantes, e assim foi mantida a ideia da cor, embora numa tonalidade mais forte e aplicada sobre o papel normal da revista (REVISTA VEJA, setembro de 1972, p. 14).

Após alguns anos ainda sofrendo censura e tendo algumas edições retiradas das bancas, *Veja*, por volta dos anos 80, alcançou o título de Revista mais vendida e mais conhecida do país devido ao abrandamento da repressão militar, e conseqüentemente, maior liberdade para tratar dos acontecimentos políticos brasileiros. Já nos anos 90, *Veja* obteve uma sucessão de diretores que continuaram o seu modelo de jornalismo, mas de forma menos habilidosa. A moda da época era o “neocom”, um jornalismo feito com linguagem ofensiva que iniciou-se nos Estados Unidos e tomou conta da imprensa brasileira. As “cutucadas” inteligentes da época foram substituídas por uma agressividade desmedida (FRANÇA, 2011).

O ano de 1995 foi também um marco histórico para *Veja*, que conseguiu cerca de 100 mil novos assinantes e atingiu a marca de mais de um milhão de exemplares vendidos por semana, conforme anunciado no editorial de sua edição de 03 de maio: “Há quinze semanas, VEJA vende mais de 1 milhão de exemplares por edição. É um marco histórico na extraordinária evolução da maior revista semanal do país. [...]” (REVISTA VEJA, 03/05/1995, p. 29).

Já no ano 2000, segundo Nassif (2008), a revista começou a produzir reportagens quase independentes dos fatos que deveriam comprová-las. A matéria era definida previamente e aos repórteres cabia à busca pelas declarações a fim de tornar as suposições “reais”. Ainda nos anos 2000, *Veja* passaria a sofrer várias críticas sobre a queda de seu padrão de qualidade. “A truculência jornalística, aliada ao jornalismo de dossiê, acabou transformando a revista em uma espécie de

poderosa instituição que se defende a todo custo e ataca indistintamente de acordo com seus interesses” (FRANÇA, 2011, p. 39).

Conforme Terciotti (2011), *Veja* tinha um público definido: a classe média. Segundo Queiroz (2003), a revista possui 4.800.000 leitores. Esses são divididos em 70% pertencentes às classes A e B. 53% são mulheres de faixa etária entre 20 e 39 anos. Nota-se uma grande capacidade de consumo e alta formação acadêmica entre os leitores: 33% têm nível superior, 81% têm casa própria, 65% possuem automóvel e 34% têm TV a cabo. Isso abre caminho para que pensemos sobre que revista é essa que enuncia para este público? Que posições podem ser percebidas em suas publicações?

3.1.2 *Por que as capas acerca da Copa do Mundo?*

Ao saber que a linguagem da mídia é parte integrante da construção imaginária de uma realidade social, afirmamos que o jornalismo tem também responsabilidade pública, algo que vai além da oferta de notícias aos seus leitores, respondendo às demandas que lhes são impostas, já que administram sentidos, apresentando seus textos a partir do efeito de que estes são os que “importam saber”, apresentando-os como “naturais e certos [certos]” (PONTE, 2005).

Para que os textos produzam sentidos, é preciso que haja uma identificação do leitor, já que este processo viabilizara uma proximidade entre a mídia e o leitor, denotando a adesão do segundo a primeira.

Quando há um acontecimento socialmente relevante, percebe-se que a instituição jornalística, para manter a adesão de seu público, enuncia a partir de uma ideia de aprofundamento das informações ao aumentar-lhes os detalhes. Scalzo (2003) apresenta uma pesquisa realizada nos EUA pela *Online News Association*, em 2001, que demonstra que os jovens preferiam uma notícia bem construída e embasada ao invés do ineditismo, fato esse que reproduz a ilusão discursiva tão cara ao jornalismo de que o bom texto é aquele que apresenta o máximo de detalhes possíveis, sendo capaz de transmitir a informação completa, respondendo à ansia por informação apresentada pelos homens que se inserem em uma sociedade como a atual.

Pensando nisso, por que analisar as capas da Revista? Em uma releitura de Suzuki Jr. (1985), Jonh e Eberle (2010) afirmaram que na primeira página o jornalista recorta o que ele considera de interesse público, numa tentativa de que o público se reconheça nela.

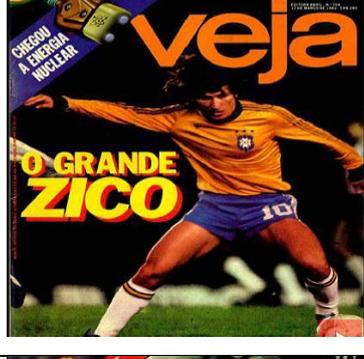
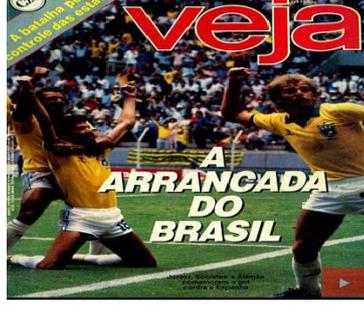
Scalzo (2003) diz que a capa deve ser uma espécie de vitrine, o resumo irresistível de cada edição, para o deleite do leitor. A capa, dessa forma, acaba tendo a responsabilidade de condensar as ideias principais da edição, sendo responsável pelo processo de identificação do leitor com o discurso proferido pela revista. Através do exposto, podemos considerar a importância da temática da Copa do Mundo nas capas da Veja e a importância que a Revista dá ao tema em determinados anos. Essa apresentação de capa fala muito sobre a identificação da Revista e seu posicionamento político e social analisado em nossa pesquisa.

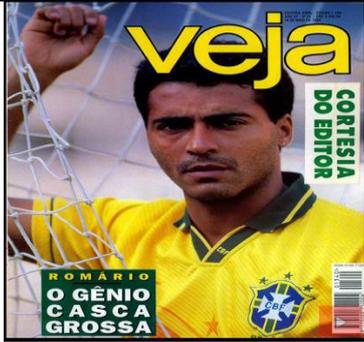
3.1.3 Recorte do arquivo

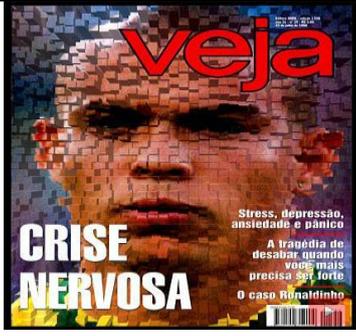
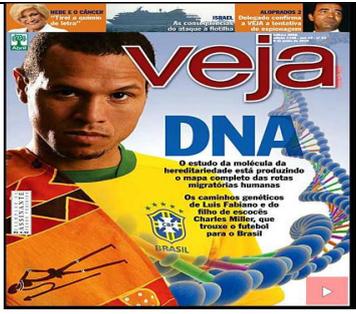
Foram selecionadas capas da Revista Veja acerca do tema Copa do Mundo, entre os anos de 1970 e 2014. Utilizamos, como dito anteriormente, um recorte discursivo, ao selecionar as capas que tratavam da Copa do Mundo em seu ano de realização, sendo assim, compõem nosso arquivo as capas.

Capa 1		Edição 92 (10/06/1970)
Capa 2		Edição 93 (17/06/1970)

<p>Capa 3</p>		<p>Edição 94 (24/06/1970)</p>
<p>Capa 4</p>		<p>Edição 301 (12/06/1974)</p>
<p>Capa 5</p>		<p>Edição 302 (19/06/1974)</p>
<p>Capa 6</p>		<p>Edição 303 (26/06/1974)</p>
<p>Capa 7</p>		<p>Edição 304 (03/07/1974)</p>

<p>Capa 8</p>		<p>Edição 509 (07/06/1978)</p>
<p>Capa 9</p>		<p>Edição 706 (17/03/1982)</p>
<p>Capa 10</p>		<p>Edição 719 (16/06/1982)</p>
<p>Capa 11</p>		<p>Edição 720 (23/06/1982)</p>
<p>Capa 12</p>		<p>Edição 927 (11/06/1986)</p>

Capa 13		Edição 1340 (18/05/1994)
Capa 14		Edição 1345 (22/06/1994)
Capa 15		Edição 1349 (20/06/1994)
Capa 16		Julho de 1994 (Edição Extra)
Capa 17		Edição 1528 (07/01/1998)

<p>Capa 18</p>		<p>Edição 1556 (22/07/1998)</p>
<p>Capa 19</p>		<p>Edição 1759 (10/07/2002)</p>
<p>Capa 20</p>		<p>Edição 2168 (09/06/2010)</p>
<p>Capa 21</p>		<p>Edição 2327 (26/06/2013)</p>
<p>Capa 22</p>		<p>Edição 2354 (01/01/2014)</p>

Capa 23		Edição 2378 (18/06/2014)
Capa 24		Edição 2379 (25/06/2014)
Capa 25		Edição 2381 (09/07/2014)

Lage (2006) afirma que os jornalistas acreditam que em uma foto é possível transmitir informação através da seleção e do enquadramento de elementos semânticos da realidade que ficam congelados na película fotográfica. Por isso, há todo um cuidado em selecionar uma imagem para publicação, pois essa, segundo Lopes (2009), é um elemento que implica veracidade no senso comum e funciona até mesmo como uma prova.

Na pesquisa em questão, propomo-nos a trabalhar a imagem das capas e seus elementos como uma unidade de significação. Afinal, “o que interessa não é a organização linguística do texto, mas como o texto organiza a relação da língua com a história no trabalho significativo do sujeito em sua relação com o mundo” (ORLANDI, 2012, p.69). Assim, sabendo que a historicidade é o acontecimento do texto em discurso, é válido ressaltar que o texto é materializado em discurso e sua relação é intrínseca à exterioridade. Dessa forma, a extensão não delimita o que é um texto, mas sim o fato de se referir à discursividade e constituir uma unidade em relação a alguma situação (ORLANDI, 2012).

CAPÍTULO III – DAS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO

Conforme Pechêux (1969), o discurso produz efeitos de sentido e é analisado de acordo com seu funcionamento, levando em consideração a exterioridade. Desse modo, faz-se necessário o trabalho com as condições de produção em nossa pesquisa.

As condições de produção do discurso permitem-nos compreender os lugares sociais e suas representações, conforme afirma Courtine (2009), além das relações de força que constituem a organização social.

Para Pêcheux (1993), as condições de produção (CP) são constituídas pelo contexto, situação, formações imaginárias (FI) e sujeito. Segundo o autor, nos mecanismos de qualquer formação social existem regras de projeção. Essas estabelecem relações entre as situações – objetivamente definíveis e as posições – que são representações dessas situações. Orlandi (2006 *apud* LOPES, 2009) ensina que as condições de produção por sua vez podem ser pensadas em seu sentido estrito e em sentido lato. Em sentido estrito, compreende as circunstâncias da enunciação, o aqui e o agora do dizer, o contexto imediato. No sentido lato, compreende o contexto sócio-histórico-ideológico mais amplo. Se separarmos contexto imediato e contexto em sentido amplo é para fins de explicação, na prática, não podemos dissociar um do outro, ou seja, em toda a situação de linguagem esses contextos funcionam conjuntamente.

Lopes (2009) ressalta ainda que segundo a referida autora, as CP são estabelecidas através das relações de força, já que o lugar social do qual falamos marca o discurso, corroborando a compreensão do que levou o sujeito dizer “isto” ou “aquilo”, conforme exposto anteriormente.

Ainda segundo Lopes, trabalhar as condições de produção é perceber como as injunções sócio-históricas e linguísticas se relacionam de forma constitutiva e não periférica. Para nosso trabalho, embasar-nos-emos acerca dessa questão.

Chamaremos condições de produção do discurso, o conjunto da descrição das propriedades relativas ao destinador, ao destinatário e ao referente, sob condição de dar imediatamente certo número de precisões. Primeiro uma precisão sobre o termo produção [...] O termo produção se opõe aqui a circulação. De outro

lado, esse uso do termo pode ser muito perigoso porque, justamente, a partir de uma epistemologia esclarecida do ponto de vista marxista, podemos perguntar-nos sobre o sentido desse conceito importado da economia. Eu explico em três palavras: o termo "produção" pode ser utilizado pelos linguistas ou pelos psicolinguistas para falar da produção de uma frase ou de uma expressão; é um dos sentidos do termo. O segundo sentido é a definição econômica do termo, a produção de um produto econômico, instrumento de produção, relação de produção, modo de produção, etc. Encontramos, enfim, um terceiro uso do termo que foi, eu penso, introduzido em grande parte pelo trabalho de Althusser, mas não somente por ele: falamos da produção de um efeito. Entendemos por isso um elemento que intervém na reprodução das relações de produção no nível político ou ideológico, e suscetível de ser em seguida ele mesmo a causa de outro fenômeno, de outra transformação na configuração, seja no nível econômico ou no nível das superestruturas [...] é nesse terceiro sentido essencialmente que é preciso aqui entender o termo produção. (Produção remetendo a efeito e condições pelas quais esse efeito é produzido ou não produzido)" (PÊCHEUX, 2011[1973]: p. 214-215).

No texto acerca das "noções de condições de produção do discurso", Courtine (2009) apresenta as origens das condições de produção (doravante CP). A primeira diz respeito à análise de conteúdo - trabalhada na psicologia social. De acordo com Berelson (1952), as CP são vistas como "condições de produção dos textos" – como objeto de análise. A noção de CP nessa fase é atribuída aos serviços que a psicologia podia prestar à AD, fazendo que a partir desses serviços a AD ficasse mais próxima da sociolinguística.

Assim, partiremos para a segunda origem – a sociolinguística. Essa origem é de ordem indireta, pois almeja colocar o sistema de covariância das estruturas linguísticas e sociais para estabelecer uma relação de causa e efeito. Admite-se como variáveis sociológicas tanto o lado social do emissor, como do destinatário, as condições sociais da situação de comunicação e os objetivos do pesquisador. Gespin (1971, p. 19 *apud* COURTINE, 2009, p.46) reconhece nisso as "variáveis sociolinguísticas responsáveis pelas condições de produção do discurso". No entanto, vale ressaltar que a origem indireta da sociolinguística ignora a AD e considera apenas os problemas relativos ao bilinguismo ou então à etnografia da comunicação.

No texto de Z. Harris (1952) é apresentada a terceira fase dessa noção. Essa, considerada de origem implícita, pois o termo não figura de forma clara no artigo de Harris, apresenta, em contrapartida, a “situação”, correlacionando-a ao termo discurso. Isso é percebido devido ao fato de considerarem apenas as frases de um discurso contínuo, isto é, as palavras escritas ou pronunciadas em sequência por uma ou várias pessoas em apenas uma situação ou ainda quando determina “a correlação entre as características individuais de um enunciado e as particularidades de personalidade que provém da experiência do indivíduo em situações interpessoais condicionadas socialmente” (HARRIS, 1969, p. 10).

Sabemos que todo conhecimento parte de pesquisas e descobertas através dos anos. Dessa forma, Courtine assinala que essas percepções acerca das CP apontam para o que hoje a linguística considera como sujeito da enunciação e situação da enunciação.

Para melhor compreendermos essa noção, recorremos a Pêcheux ([1983] 2006), em seu livro “O discurso: estrutura ou acontecimento”, já que o autor busca perceber o discurso no seu batimento, considerando tanto a estrutura como o acontecimento que lhe dá origem. No desafio de estudar o discurso a fim de compreender essa constituição, Pêcheux imagina vários caminhos, sendo um deles o trabalho a partir do enunciado *On a gagné* (ganhamos). O autor trabalha tal enunciado numa conjuntura histórica, recortando o momento em que ele atravessava a França pós-eleição presidencial, resultando a vitória de François Mitterrand, em “10 de maio de 1981, Às 20 horas e alguns minutos”. Tem-se a partir desse enunciado um acontecimento histórico, a eleição presidencial, que originará o acontecimento discursivo. O acontecimento será trabalhado tanto no contexto de atualidade, como no espaço da memória que ele convoca.

Partindo da tensão entre descrição e interpretação abordada por Pêcheux, é fundamental para a análise em AD considerar como acontecimento as primeiras reações dos responsáveis políticos, tabelas de porcentagem, apresentação ou estimativas e ainda os comentários da mídia de massa. Porém, vale grifar que “o confronto discursivo sobre a denominação desse acontecimento improvável tinha começado bem antes do dia 10 de maio, por um imenso trabalho de formulações (retomadas, deslocadas, invertidas, de um lado a outro do campo político)” (2006, p.20). Pêcheux conclui afirmando que não se pode analisar o discurso sem

considerar sua estrutura e acontecimento, base em que se dá sua origem, trabalhando nesse processo a interpretação e a descrição, embasando-nos no fato de que os discursos não são estabilizados.

A partir de nosso arquivo, pensamos nas CP próprias aos momentos em que ocorreram as Copas do Mundo e sua textualização na revista Veja.

2.1 Da revista e sua textualização

Com base na discussão teórica sobre a noção de CP, quando pensamos a produção das capas da revista Veja acerca da Copa do Mundo, teríamos como contexto imediato os jornalistas e diagramadores da revista Veja enunciando a partir do momento em que este acontecimento social ocorre, sob os padrões editoriais colocados pela empresa. Já no seu sentido mais amplo teríamos as injunções políticas e sociais próprias do momento de Copa do Mundo.

Sabendo que a história é de suma importância para a compreensão das condições de produção, é imprescindível abordar os acontecimentos sócio-políticos que compõe o momento da produção das capas por nós selecionadas, o que optamos por demonstrar em nosso movimento de análise, a *posteriori*, conforme abordagem realizada em nossa análise.

CAPÍTULO IV - DA PRODUÇÃO DE SENTIDOS NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

1.1 Pensando as capas da revista veja

As capas selecionadas têm como primeira data de publicação o ano de 1970, primeiro ano em que a Revista cobria uma Copa do Mundo, visto que sua fundação ocorrera em 1968. Em 1970³, a *Veja* produzia matérias com cunho político, tendo de escapar da censura em voga, sem alcançar ainda o sucesso esperado pela editora. Na esfera política, esse era o momento em que o Brasil passava pelo período da ditadura militar (1964-1985). O ano de 1970 seria aquele em que ditadura atingiria seu auge, através do “milagre brasileiro” - nomenclatura dada à época ao grande crescimento econômico, também conhecido pelos opositores como "anos de chumbo", pois fora o momento em que o regime censurava todos os meios de comunicação do país e torturava e exilava dissidentes.

O milagre econômico aumentou a taxa do Produto Interno Bruto (PIB), fazendo com que este atingisse um crescimento anual de 11,2% e uma inflação estabilizada em 18%. Com o aumento da produção industrial, houve uma melhora nos níveis de emprego. As empresas automobilísticas cresceram no país, gerando empregos e desenvolvendo outros setores. Com a prosperidade, o governo militar aumentou a arrecadação de impostos e para permanecer no poder se valiam de propagandas.

Nessa época, formulações propostas pelo governo, como “Pra Frente Brasil”, “Brasil, ame-o ou deixe-o”, evidenciavam a exaltação militar através de músicas veiculadas em rádios, televisão, jornais e revistas, tornando-se comuns no país e gerando uma identificação em relação à “pátria”. Paradoxalmente, o milagre beneficiou apenas uma classe média emergente, favorecendo poucos capitalistas brasileiros, provocando, assim, arrochos salariais e um quase abandono dos programas sociais. O milagre econômico aumentou, portanto, a desigualdade socioeconômica.

³ A contextualização histórica deste capítulo foi feita a partir de uma retrospectiva apresentada na tese de França (2011), bem como pela história apresentada pela *Veja* e considerando os escritos do livro *Notícias do Planalto*, o blog do Luís Nassif e entrevistas com Mino Carta. Acerca do futebol, a fonte corresponde ao site Terra <esportes.terra.com.br>.

Em meio à situação ora vivenciada pelo país, o cenário para ver a seleção brasileira na Copa de 1970 estava diretamente ligado ao terror dos cárceres da ditadura. O presidente Emílio Garrastazu Médici era visto como linha dura no regime militar, porém assumia perante ao povo uma imagem de “pai da nação”- sobre o que devemos enfatizar a produção de efeitos de sentido que configuram sua imagem como aquela de quem educa o filho, que é rígido, mas faz de tudo para proteger e dar melhores condições de vida à sua família - e apaixonado por futebol.

A primeira partida disputada pelo Brasil ocorreu em 03 de junho de 1970 contra a Tchecoslováquia, tendo como placar 4x1. O segundo jogo teve como rival a Inglaterra, logrando 1x0. O terceiro jogo ocorrera contra a Romênia, cuja vitória por 3x2 permitira a passagem do Brasil para a segunda fase. Após isso, derrotou o Peru por 4x2; o Uruguai por 3x1, passando para a fase final. Em 17 de junho, venceu da Itália por 4x1, tornando-se tricampeão. Reformulando, dessa forma, a memória negativa com relação à atuação do país em 1966, na Inglaterra. A seleção de 1970 foi bastante glorificada e “tornou-se referência para julgar a qualidade do futebol jogado pelas seleções que se formaram posteriormente” (SALVADOR; SOARES, 2009, p. 01).

Estabelecido o fato de a Copa de 1970 ter sido muito comentada e jamais esquecida pelos brasileiros – considerando o fato das propagandas gigantescas feitas em torno da Copa de 70 pelo então presidente Médici e pela conquista do Brasil em meio a um cenário de horror vivido na época da ditadura, observou-se ainda uma visão romântica – ideia de perfeição – acerca do futebol, essa seleção foi conhecida por possuir um “escrete” de craques. A seleção de 1970 tornou-se referência para julgar a qualidade do futebol das outras seleções que se formaram posteriormente (SALVADOR E SOARES, 2009).

O ano de 1970 trazia como condições de produção um Brasil no auge de sua ditadura e uma Copa do Mundo que fora usada pelo governo para desviar o foco do brasileiro das atrocidades realizadas na época. Quando o Brasil venceu o tricampeonato, a disciplina de perfil militar na seleção foi exaltada como importante para recolocar o país nos trilhos, sendo considerada a base do tricampeonato (TERCIOTTI, 2011). O preparador físico da seleção de 70, Admildo Chirol, disse que “(...) não foi só o preparo físico e técnico’ o responsável pela conquista, ‘mas o comportamento disciplinar perfeito – horários e programas a cumprir com a máxima

seriedade (...)” (O Estado de São Paulo, 24 jun. 1970, p.16 *apud* GUTERMAN, 2009, p.10).

O governo afirmava também que não haveria vitória sem a dedicação harmoniosa e ordenada dos brasileiros. Salvador e Soares (2009, p.3) afirmam que “(...) a imagem que temos da Seleção de 1970, como ‘pura expressão da arte’ do futebol nacional, poderia ser abalada se recuperarmos as vitórias dessa Seleção nos jornais editados durante a trajetória da Seleção na Copa de 1970 (...)”, já que nestes jornais haveria algo para além da ‘ginga’, da ‘mandragem’, da ‘malícia’ e do ‘improviso’ no triunfo do tricampeonato.

Assim, “(...) o sucesso daquela seleção teve como aliado principal uma equipe técnica altamente qualificada, que realizou e executou um planejamento baseado nos conhecimentos específicos e tecnológicos mais avançados na época (...)” (SALVADOR; SOARES, 2009. p. 4).



Figura 1 1x0 O BRASIL VINGA 66

Capa 1- Edição 92 (10/06/1970)

Em junho de 1970, a Revista Veja passou a elaborar capas somente com o tema Copa do Mundo (TERCIOTTI, 2011). A edição 92 traz o enunciado “1 x 0 O Brasil vinga 66”. Quando lemos esta formulação, somos remetidos ao fato de que o ano de 1966 não foi um ano satisfatório para a seleção brasileira e a ideia da palavra

vingar trazida na capa da revista pode ser relacionada aos sentidos de recuperar a honra (visto que a seleção não obteve êxito na Copa anterior), bem como aos de vencer o campeão anterior. A capa provavelmente remete ao jogo Brasil e Inglaterra, em que a seleção venceu por 1x0. O leão na cor azul representado na capa é coberto pela bandeira da Inglaterra, demonstrando, ainda, certo terror em sua face. Do lado esquerdo da capa, são apresentados dois jogadores, aparentemente correndo em direção ao leão, no caso, a Inglaterra. É interessante observar que o leão é colocado como aquilo que representa a Inglaterra, pois em seu Brasão de Armas, a figura do leão é bastante significativa, já que o animal é apresentado três vezes. Além disso, pode-se fazer alusão ao fato de que, na natureza, o leão seria considerado o rei do reino animal. Desse modo, quando o brasileiro, por meio da representação dos jogadores, aterroriza o leão, constrói-se uma imagem de extrema força para o ser brasileiro, já que este seria capaz de ser temido até mesmo por aquele que seria o rei das selvas.

Outra compreensão possível a partir da capa é a de que os jogadores brasileiros estariam jogando pedras no leão. Tocando o discurso religioso, podemos remeter ao fato de que, em oposição ao público cheio de pecados que não pode atirar as pedras em Maria Madalena, nossos jogadores teriam alçado tamanha glória, destituindo-se de seus pecados e sendo instaurados quase que como áureos, a eles cabendo o direito de atirar pedras na Inglaterra.



Figura 2 O BRASIL NA SEMIFINAL
Capa 2 - Edição 93 (17/06/1970)

Na edição 93, a Revista Veja novamente enfatizara a Copa do Mundo, em um momento em que se almejava o tricampeonato. A revista traz em letras maiúsculas a formulação: O BRASIL NA SEMIFINAL, seguida de uma foto correspondente a um momento da transmissão de um jogo de futebol. A imagem em preto e branco e os jogadores em movimento remontam ao fato desta ter sido a primeira Copa televisionada no Brasil (é percebido que a imagem aparentemente em movimento viria a ser um retrato da inovação).

O Campeonato Mundial de futebol de 1970, no México, foi um marco na história da televisão brasileira e no Brasil. Pela primeira vez, os telespectadores puderam assistir à transmissão dos jogos ao vivo. A notícia de que os jogos seriam exibidos ao vivo provocou a venda de milhares de televisores nos meses que antecederam a Copa. Outra inovação na Copa de 70 foi a transmissão direta em cores. O teste interestadual com o sistema de cores foi realizado no padrão alemão PAL com ajustes brasileiros (PAL-M). A imagem colorida foi enviada a receptores instalados no Rio, São Paulo e Brasília e o resultado da experiência, para alguns poucos aparelhos instalados, foi considerada excelente. Um dos poucos a acompanhar o jogo Brasil x Inglaterra ao vivo e a cores pela televisão foi o então Presidente Médici. No Rio, alguns funcionários da estatal e convidados especiais, vibraram com as imagens das partidas (MEMÓRIA GLOBO, s.d.).

Conforme apresentada na capa, a imagem de um jogo de futebol e a chamada principal acerca da semifinal da Copa do Mundo, novamente mexia com o patriotismo relacionado ao futebol. É relevante enfatizar que como a imagem colorida da transmissão dos jogos foi restrita a um pequeno grupo, a Revista apresentou a imagem preto e branco, permitindo que a maioria da população brasileira se identificasse com aquela imagem que já fazia parte de sua memória.

O enunciado presente ao lado esquerdo da capa retrata o sequestro do embaixador da Alemanha Ehrenfried Anton Theodor Ludwig von Holleben em sua casa no Rio de Janeiro. O enunciado “O terceiro sequestro” é decorrente da quantidade de sequestros de embaixadores no Brasil, pois antes do então embaixador alemão, o mesmo grupo de sequestradores havia raptado os embaixadores dos Estados Unidos e Japão.

Mesmo após a gravidade da ocorrência consecutiva de sequestros, cumpre-nos salientar que a Capa apresentada em 1970 enfatizava a Copa, num movimento

de sobreposição aos problemas que ocorriam no período mais rígido da ditadura militar.



*Figura 3 BRASIL, PARA SEMPRE
Capa 3 - Edição 94 (24/06/1970)*

A edição 94 pode ser tomada como a principal acerca do tema da Copa do Mundo de 70, já que retratava a vitória do Brasil, conseqüentemente a conquista do tricampeonato, ápice desse acontecimento. Na capa é possível observar que não há nenhum jogador evidenciado, mas somente a mão de uma pessoa desconhecida segurando a taça. Dessa forma, a Revista não atribui a vitória a nenhum jogador específico, por mais que se exaltasse nas reportagens alguns jogadores como Pelé, Jairzinho e Rivelino. A ideia da mão sem identificação traz como efeito o fato de que a Copa é do Brasil, do brasileiro em geral, não do time. É a mão de uma nação segurando a taça.

Assim, a frase “Brasil, para sempre” em conjunção com a taça e a falta de uma figura humana específica produz como efeito a ilusão de que a conquista seria dos brasileiros, como se sem eles a seleção não pudesse ter se tornado campeã. A cor amarela em destaque e a foto em preto e branco apresentam o contraste vivido pelo país; o futebol seria aquilo que traria cor a uma nação que padecia com a tortura realizada pelo governo militar.

O período conturbado pelo qual o país estava passando pode ter feito florescer nos brasileiros um sentimento de grande interesse pelo futebol, ou ainda,

pode-se pensar que a propaganda feita pelo governo cívico-militar para o engrandecimento do país e legitimação do governo tenha influenciado a formação de um imaginário coletivo favorável à seleção, à Copa e ao Futebol. A propaganda era estimulada através da música, de programas de televisão, jornais, revistas e rádios (TERCIOTTI, 2011).

Terciotti (2011) afirma que

o governo veiculava todo o projeto montado por eles para o país, na qual a sociedade brasileira finalmente realizava todas as suas potencialidades. As frases divulgadas pelo governo, como “Você constrói o Brasil!”, “Ninguém Segura Este País!”, “Brasil, Conte Comigo!” tinham o objetivo de despertar o nacionalismo brasileiro, para que a população, ao exaltar as qualidades de seu país, não percebesse seus problemas e, principalmente, não criticasse o governo vigente. O início do “milagre econômico” ajudou muito esse sentimento nacionalista a se proliferar, a conquista da Copa do Mundo potencializou ainda mais o projeto do governo de se legitimar.

Assim, a vitória brasileira em 1970 teve a propriedade de apagar, de certa forma, as torturas da época, bem como aflorar o ufanismo tão instigado pelas propagandas do governo. O sentido instaurado era o de um Brasil campeão.

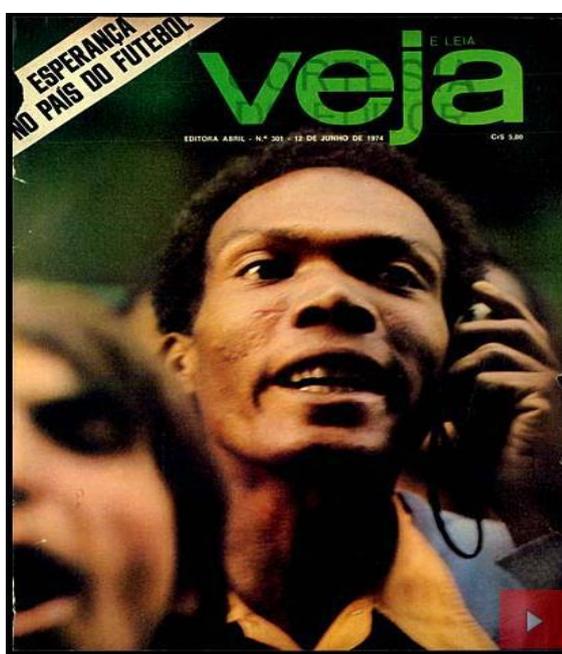
Ao observar a taça erguida na capa da revista, percebemos a figura da Deusa Nica – Deusa da Vitória de acordo com a mitologia grega. A imagem apresenta a Deusa de mãos erguidas segurando uma copa em formato de octógono. A taça de nome Jules Rimet estava prometida a ficar definitivamente no primeiro país que conseguisse um tricampeonato. Outra forte evidência que marca a importância da seleção e da Copa de 1970 para os brasileiros.

A chamada sugerida pela Veja também poderia ser interpretada em relação à taça, pois essa após a vitória do Brasil ficaria no país “para sempre”. A Revista estabeleceria a ideia de “Brasil, o país do futebol”, “Brasil, para sempre campeão”, dentre outras. Observamos ainda o uso da palavra Veja como um vocativo. Dessa forma, a chamada da revista aparece convocando, chamando o leitor através do enunciado: “Veja! Brasil para sempre”, um movimento ambíguo, que chama o leitor pelo imperativo do verbo ver, mas remete diretamente ao nome da Revista.

Quatro anos depois, o Brasil continuava em meio à ditadura. Para Veja, aquele era um ano melhor, pois a partir de 1974 a revista começou a dar lucro com o início da venda de assinaturas. Na política, assume a presidência o general Ernesto Geisel. Com o fim do milagre econômico, o presidente inicia um

processo lento de transição para a democracia. A oposição política começa a ganhar espaço e os militares de linha dura, não contentes com os caminhos do governo Geisel, começam a promover ataques clandestinos aos membros da esquerda.

A Copa de 1974 foi sediada na Alemanha Ocidental, que acabou conquistando o título. A seleção não contava mais com Pelé e outros jogadores de 1970, vencedores do tricampeonato. Na primeira fase, a seleção empatou com a Iugoslávia e a Escócia e ganhou do Zaire – atual República do Congo – por 3x0. A segunda fase foi composta por dois grupos de quatro times. Os melhores iriam para a final e os segundo colocados disputariam o terceiro lugar. O Brasil ganhou da Alemanha Oriental por 1x0, da Alemanha por 2x1 e perdeu da Holanda por 2x0. Sua pontuação o levou a disputar o terceiro lugar contra a Polônia, perdendo por 1x0 e ficando em quarto lugar.



*Figura 4 A REPRESENTAÇÃO DO BRASILEIRO
Capa 4 - Edição 301 (12/06/1974)*

A Copa de 1974 ainda estava sob a sombra da memória acerca da vitória em 1970 e a conquista do tricampeonato. No entanto, o futebol-arte, dos últimos anos de Copa do Mundo, estava em crise. A seleção possuía bons jogadores, alguns deles os campeões de 1970, mas não possuía instrução tática.

Segundo Gil (2015), o ano de 1974 acabou com o sonho de uma juventude que "ninguém poderia segurar" e o futebol tornou-se a área em que essa desilusão

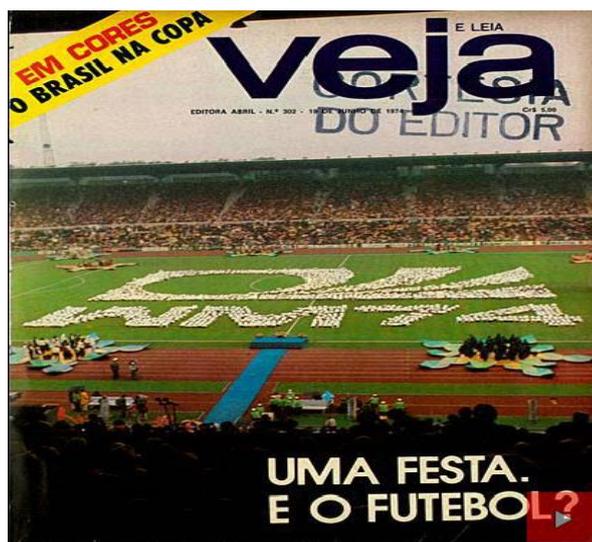
poderia ser explicitada. José Ignácio Werneck, um defensor da modernização de nosso futebol, dizia que o "Brasil se esclerosou desde 1970"; já Luís Fernando Veríssimo afirmava que o Brasil vivia na pré-história do futebol, "quando a bola era quadrada".

A edição 301 da Revista Veja trabalha com as cores da bandeira brasileira: verde, amarelo, azul. O verde está presente no nome da revista, enquanto o amarelo e azul presentes na vestimenta do homem negro – vestido com a blusa azul e amarelo, ouvindo provavelmente o jogo da seleção através de um rádio -, a simplicidade de um homem que se encontrava em meio à multidão produz como efeito a identificação dos leitores com o “ser brasileiro”, resgatando a memória da miscigenação em torno de negros e mestiços, tocando o imaginário coletivo acerca daquilo que viria a ser o brasileiro.

Na parte superior, podemos observar a frase: “esperança no país do futebol”, a qual traz o pré-construído “país do futebol”. A palavra “esperança” remete à própria Copa de 74, pois a seleção não estava em sua melhor fase e a ruptura dos efeitos de sentidos de futebol-arte e país invencível começava a ser sentida pelos brasileiros.

Quando a Revista apresenta a frase “país do futebol”, nega outras condições possíveis para o país. Essa negação, de certo modo, remonta ao fim do milagre econômico, pois o país não tinha mais como sustentar sua imagem de país da inovação ou do crescimento; visto que a inflação e desemprego tinham aumentado, provocando uma grave crise no país.

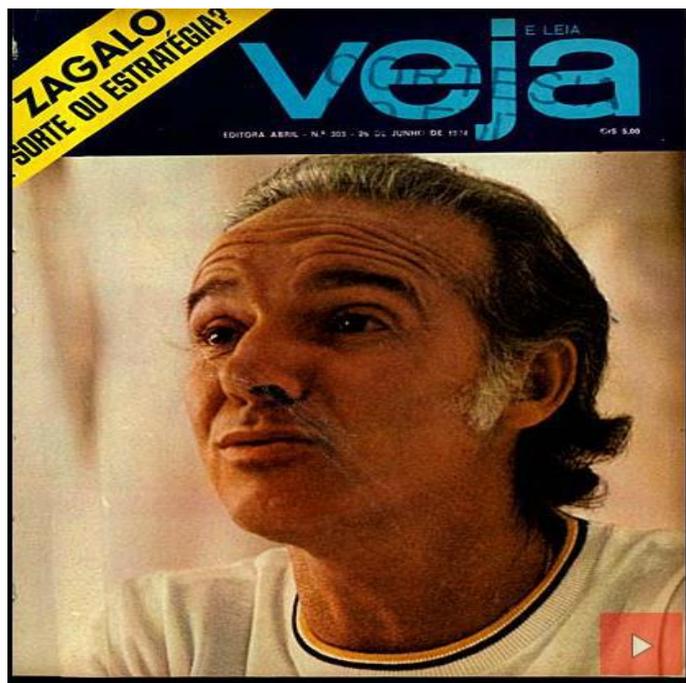
Instaurar o Brasil como o “país do futebol”, apagando a possibilidade de outras enunciações, tais como ‘o país da educação’, o ‘país da liberdade’, o ‘país do desenvolvimento’, o ‘país da indústria’, etc, permite-nos pensar que, de certo modo, a Copa pudesse estar sendo tomada como circo, enquanto questões fundamentais para a nação, o “pão” do brasileiro estava sendo cerceado. Além disso, usar a imagem de um homem negro e as cores da bandeira remonta aos sentidos de fortalecimento de uma nação, buscando-se viabilizar o reconhecimento, a identificação do leitor com aquela imagem, e, por conseguinte, sua adesão, já que falamos de um país de forte miscigenação em que o brasileiro não possui características físicas marcantes, mas sim uma cultura marcada, por grande parte ao amor ao futebol, causando uma identificação ao leitor.



*Figura 5 UMA FESTA. E O FUTEBOL?
Capa 5 - Edição 302 (19/06/1974)*

Mais uma vez, a Edição 302 remonta ao verde, amarelo, azul e branco, buscando o efeito de sentido de patriotismo, além de uma identificação do leitor com o futebol e sua nação. Em cima, do lado esquerdo da capa, a frase: “EM CORES O BRASIL NA COPA”, marca o momento em que pela primeira vez todos os torcedores brasileiros puderam assistir à transmissão em cores dos jogos da seleção brasileira (MEMÓRIA GLOBO, s.d.).

Já na parte de baixo da capa, a formulação: “UMA FESTA. E O FUTEBOL?”, produz como efeito a indagação sobre o futebol apresentado pela seleção brasileira, como se se perguntasse: o que acontecera ao futebol-arte até então exibido? A revista apresenta a festa dos brasileiros, a motivação do país para assistir aos jogos da seleção; no entanto, com que qualidade técnica a seleção vinha se apresentando? E o futebol-arte, por que não estava funcionando?



*Figura 6 ZAGALO
Capa 6 - Edição 303 (26/06/1974)*

Na sexta capa com a temática da Copa do Mundo do ano de 1974, apresenta-se a imagem de Zagalo. O então técnico da seleção era alvo de muitas polêmicas devido ao mal desempenho de sua equipe. Devido à tamanha indignação e insatisfação do povo brasileiro, manifestantes saíram às ruas levando um caixão e enterrando simbolicamente o técnico, fato que é retratado pelo seguinte recorte: “Enterros simbólicos de Zagalo saíram pelas ruas com uma réplica viva do técnico fazendo às vezes de cadáver, um foi acompanhado por cerca de cem pessoas – enquanto em Copacabana os acompanhantes contavam-se aos milhares” (VEJA, 26 de junho de 1974).

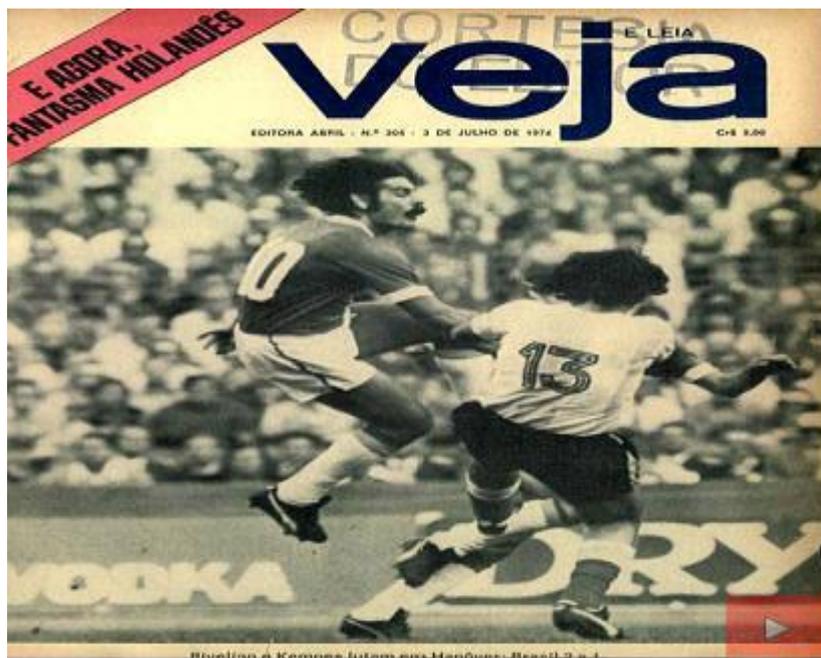
A foto de Zagalo aparentemente conversando permite ao leitor inferir que aquela edição da Veja traria falas e justificativas acerca do desempenho da seleção, visto que a sociedade as exigia e o culpava pela trajetória ruim da equipe brasileira. Ao inserir a foto de Zagalo na capa, apaga-se o problema vivido pelo país e pelos jogadores, culpabilizando-se apenas uma pessoa, no caso, o técnico da seleção.

Na parte de cima, do lado esquerdo da capa, a chamada: “Zagalo, sorte ou estratégia?” já apresenta o que a matéria principal abordaria. O técnico da seleção era conhecido por sua superstição quanto ao número 13 e por usar sempre uma camisa com esse número nas costas em todas as partidas. Estaria, então, a

seleção, mesmo jogando mal, passando nas primeiras eliminatórias por sorte, por meio de todos os efeitos de sentidos que seriam produzidos pelo número 13 usado pelo técnico, ou, existiria uma estratégia surpresa?

No futebol em geral, nota-se o apego a santos, mandingas, superstições, etc. Para os brasileiros, tudo influi na hora dos jogos. É relevante ressaltar que esse aparato tem relação direta com nossa cultura. Essa relação direta com o religioso tem forte conexão com a presença do negro em nosso país, já que estes contribuíram fortemente para a diversificação religiosa no Brasil, pois como forma de resistência ao apagamento que se tentava produzir à sua cultura, já que eram proibidos de manifestarem seus cultos e divindades, passaram a fazê-los disfarçadamente, dando às suas divindades nomes de santos católicos. O candomblé, bastante difundido no Brasil foi uma dessas formas disfarçadas de expressão do negro, que de acordo com a localidade recebe outras denominações como: macumba, xangô, tambor de mina e batuque (ARAÚJO, 2007).

Diante desses acontecimentos, os efeitos positivos com relação ao futebol estavam sendo rompidos, dando lugar ao real dos sujeitos brasileiros durante cada derrota da seleção. As cores presentes na capa trazem a memória da bandeira e os sentidos que nela estão postos, no entanto, ao contornar a foto de Zagalo com a cor preta, são postos em jogo os sentidos negativos, que rompem com aquilo que vinha sendo instaurado acerca da seleção brasileira, como sua invencibilidade e o dom nato do brasileiro em relação ao futebol.



*Figura 7 JOGADORES
Capa 7 - Edição 304 (03/07/1974)*

A edição 304 evidencia a disputa entre jogadores em campo, provavelmente entre os jogadores do Brasil e da Holanda. A Revista proporciona na capa um tom de seriedade através da cor preto e branco. A frase: “E agora, fantasma holandês” retoma a memória de fantasma, aquele que causa terror. A chamada da Revista refere-se ao time holandês desta maneira devido à grande notoriedade de tal equipe naquele ano – visto que a seleção holandesa tinha ficado conhecida pelo seu excelente jogo de futebol, sendo designada como o “carrossel holandês”, pois não existiam no time posições certas para os jogadores. Ou ainda “laranja mecânica”, pela cor da seleção e por sua força e agilidade dentro de campo.

A seleção brasileira não estava em sua melhor fase, diferentemente da Holanda, que ganhava cada vez mais respaldo com o decorrer dos jogos. De acordo com as condições de produção já citadas: a crise no país, a ditadura e a revolta da sociedade para com a seleção brasileira, a revista ainda apresenta a seleção holandesa como um fantasma, já que seu respaldo era grande e causava medo às demais seleções.

A *Veja* novamente apagou a crise, a inflação, o desemprego em crescimento e a ditadura no Brasil, buscando “amedrontar” e chamar a atenção do brasileiro apenas para o jogo que aconteceria contra a Holanda, construindo-o como o maior

problema do país na época, apagando as questões políticas e sociais em voga no momento.

Em 1978, o presidente Geisel acaba com o AI-5, restaura o habeas-corpus e abre caminho para a volta da democracia no Brasil. Luís Inácio Lula da Silva aparece como líder operário. A Copa daquele ano ocorreu na Argentina. O país argentino vivia sob ditadura militar e apresentou uma seleção que, apesar das dúvidas quanto à parcialidade da arbitragem em um dos jogos da Copa, conquistou seu primeiro título mundial ao vencer a Holanda na final, por 3x1. O Brasil ficou com um título moral, pois terminou a competição na terceira posição, invicto.

É interessante ressaltar que a grande polêmica girou em torno da partida entre Argentina e Peru, pela segunda fase. Para eliminar o Brasil, os argentinos precisavam de uma vitória de no mínimo 4x0 e o jogo terminou com a vitória argentina por 6x0.

Em uma entrevista para a revista Carta Capital em 2010, Mino Carta, um dos fundadores da *Veja*, explica que, nessa época, a revista começou a assumir um jornalismo menos crítico ao governo. *Veja* ainda era muito censurada e ao mesmo tempo tentava um empréstimo de 50 milhões de dólares junto à Caixa Econômica Federal. No entanto, o presidente Geisel negou o empréstimo, afirmando que só o daria se a revista se livrasse de Carta, esse que também fundava, na época, a *Isto É*. Com o tempo, Carta se demitiu antes que a revista o fizesse e assim as censuras foram abrandando.

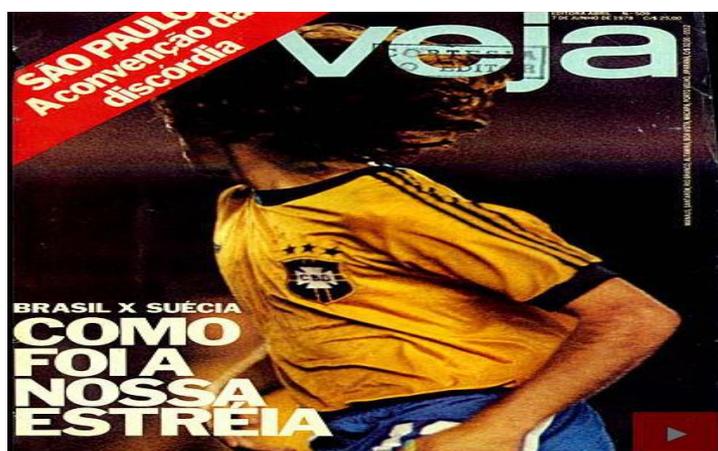


Figura 8 COMO FOI A NOSSA ESTREIA
Capa 8 -Edição 509 (07/06/1978)

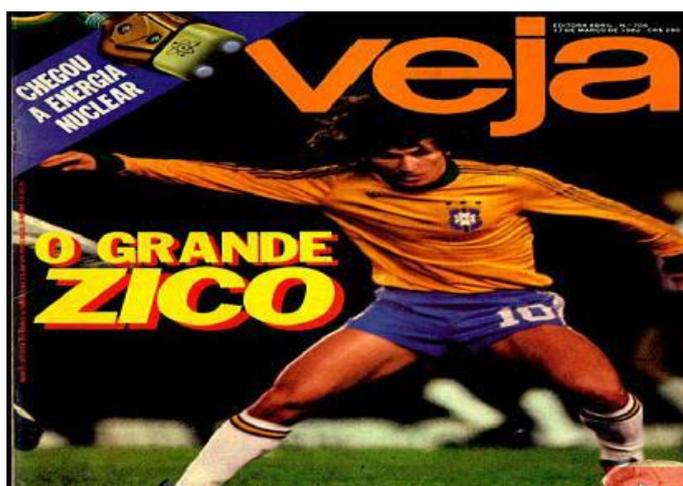
A edição de número 509 apresenta a primeira disputa do Brasil contra a Suécia, tendo como resultado um empate de 1x1. A Copa ocorreu na Argentina em uma época conturbada para o país, pois passava por uma rígida ditadura. O governo argentino utilizou a Copa para popularizar o regime ditatorial. Esse fato relembra o ocorrido no Brasil na copa de 1970, em que o então presidente utilizou a Copa do Mundo para também popularizar o regime, que estava no seu ápice e esconder os feitos do governo, atraindo e instigando a atenção para a copa do mundo.

A capa apresenta as cores nacionais – verde, amarelo, azul e branco – aflorando o sentimento de nacionalismo no leitor. A chamada na cor branca: “Brasil x Suécia: Como foi a nossa estreia” apresenta um jogador da seleção brasileira da Copa de 1978. O rosto do jogador não é exibido, dando um destaque maior para o uniforme verde, amarelo, azul e branco. O foco da chamada recai sobre o primeiro jogo do Brasil na estreia da Copa do Mundo. A formulação “como foi nossa estreia” retoma uma memória discursiva de união e posse, a palavra “nossa” ligada à imagem de um jogador sem exibir seu rosto causa um efeito de sentido de identificação para com aquele uniforme, aquela pessoa que deixa de ser “um jogador da seleção” e passa a ser um de nós, cada um de nós, na “nossa” Copa, da “nossa” seleção. Vale ressaltar que o efeito de sentido de identificação do leitor é alcançado através das formações imaginárias, dentre elas, a indagação: “quem é ele para falar assim?”. Ao atribuir a posse compartilhada da seleção por meio de ‘nossa’, mais uma vez, busca-se a aderência do povo brasileiro à seleção e ao discurso sobre ela.

Há ainda de se observar que nesta capa, há a existência de uma chamada em vermelho, no canto esquerdo, na parte superior, que tratava de uma disputa para o cargo de governador entre Paulo Maluf e Laudo Natel. Há de se mencionar que nessa época ocorrera uma convenção em que os candidatos buscaram aliados a todo custo, gerando discórdias e mais revolta entre os brasileiros, pois estes não podiam votar e escolher seu candidato devido à política de sucessão e eleições indiretas para governador, realizada pelos próprios chefes de governo.

É relevante atentar para o fato de a copa ser trazida como ponto principal e a política ser representada apenas por uma chamada pequena na capa da Revista. Novamente, percebemos o destaque dado ao futebol e às cores da bandeira brasileira, numa tentativa de resgate do nacionalismo no brasileiro.

A Copa ocorreu na Espanha, a seleção brasileira do técnico Telê Santana possuía aspecto ofensivo e criativo. Na primeira fase, o Brasil passou por todos os adversários e se classificou como favorito ao título. Na segunda, estreou com vitória sobre os argentinos e foi para o jogo contra os italianos precisando apenas de um empate. No entanto, a Itália venceu por 3x2, eliminando os brasileiros. Na política, estava havendo uma transição do regime militar para a democracia. Os brasileiros voltaram a eleger diretamente os governadores dos Estados por meio de eleições ocorridas em 15 de novembro.



*Figura 9 O GRANDE ZICO
Capa 9 - Edição 706 (17/03/1982)*

A edição 706, diferentemente da última capa analisada, exhibe o rosto do jogador da seleção brasileira de 1982. Há de se considerar que a abertura para o momento democrático singulariza o sujeito enquanto polo de demanda e resposta social. Outro fato a ser pensando, é o de que algumas copas são marcadas pela presença de um ídolo maior, aquele que a mídia define como a “estrela” principal do campeonato para o seu país de origem. A memória de ídolo da seleção, nessa Copa, fora ativada por meio da figura de Zico, o camisa 10 da seleção de 1982. Ser o número dez de uma seleção também significa, já que no espaço discursivo do futebol, o detentor da camisa 10 é, normalmente, o artilheiro do time, aquele que carrega em si a responsabilidade pelos gols, pela vitória. O enunciado “O grande Zico” reproduz os efeitos já produzidos pela camisa 10. Ademais, há de se pensar na relação com o discurso religioso ao observar-se que “O grande Zico” pode ser uma paráfrase de “Golias, o Grande”, tocando os sentidos de que Golias era um

gigante poderoso e destemido que amedrontava a todos. Assim retoma a comparação a Zico, que com sua habilidade e jogo amedrontava aos demais, consequentemente, sendo respeitado.

O uniforme da seleção, representado na capa da Revista, traz as cores da bandeira, busca tocar a memória do nacionalismo, gerando um efeito de adesão à seleção brasileira, ao Zico e, consequentemente, à Copa do Mundo. Zico não era apenas mais um bom jogador, era a referência no país, o ídolo do esporte mais respeitado no Brasil naquele momento, já que outrora, Pelé alçara essa posição. A revista apostou na imagem do jogador e no que ele representava para o país, apresentando frases como: “Zico chega aos 29 anos como o melhor jogador do Brasil e com tudo para explodir na Copa do Mundo” (REVISTA VEJA, 17 de março de 1982). Dessa forma, a esperança de uma Copa do Mundo bem disputada e bem representada pelo país era aflorada no brasileiro, que já tinha em ano de Copa do Mundo, esse sentimento de amor ao futebol incentivado e repassado pelos meios de comunicação. A revista ainda destaca que Zico vem com “tudo para explodir”, na medida em que enfatiza sua idade, já que ter 29 anos, para um jogador de futebol, é sinônimo de experiência, visto que a maioria começa a jogar muito cedo.

Podemos perceber que o efeito de sentido gerado a partir do trabalho com as cores da bandeira brasileira e a imagem nítida do jogador Zico proporciona uma imagem de segurança e confiança quanto à seleção, que nesse momento estaria toda representada pelo jogador.

É fundamental lembrar que, nessa época, o país passava por uma transição do regime militar para a democracia e os brasileiros voltaram a eleger os governadores (FRANÇA, 2011). Nota-se que a capa da revista não faz nenhuma remissão a esse momento político brasileiro, destinando apenas um pequeno espaço no canto esquerdo para informar sobre a chegada da energia nuclear no país, em Angra dos Reis. Vemos que, embora dois grandes acontecimentos estivessem se marcando na sociedade brasileira: a entrada da democracia e a o início das operações nucleares no país, a Copa permanece como o tópico de destaque, aquele que congrega os brasileiros, já que os supracitados seriam ditos minimamente a partir de dois lugares, um favorável e um contrário, enquanto que a Copa do Mundo uniria os leitores em uma só posição.

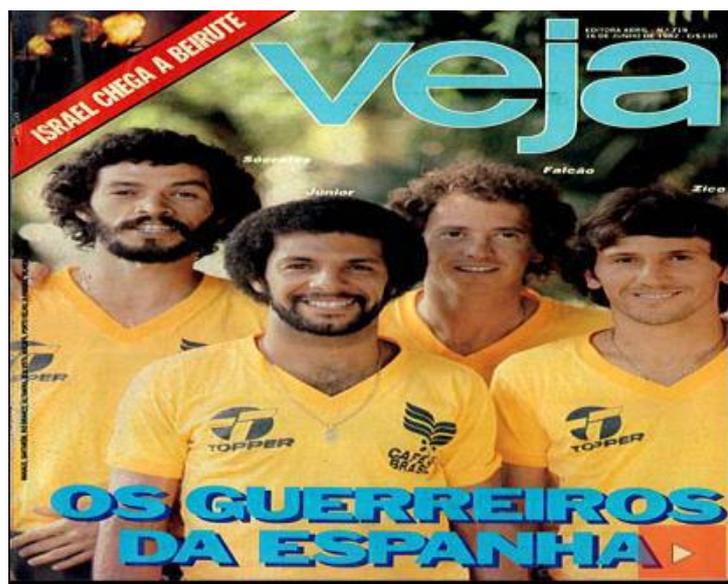


Figura 10 OS GUERREIROS DA ESPANHA
Capa 10 - Edição 719 (16/06/1982)

A edição 719 continua abordando a Copa de 1982. A seleção era muito acreditada pelos brasileiros devido aos bons jogadores e à presença de Zico. Comandada pelo técnico Telê Santana, a seleção fora muito visada no país sede da copa do mundo – Espanha. O técnico da seleção ratificara, à época, a preparação da equipe com a seguinte frase: “estamos preparados e plenamente conscientes de que fizemos o trabalho mais sério possível” (VEJA, 16 de junho de 1982).

A capa ora apresentada não traz apenas um jogador como referência. Mesmo trazendo novamente Zico, a Revista apresenta, vestidos de amarelo, os jogadores Sócrates, Júnior, Falcão e Zico, denominados como “os guerreiros da Espanha”. A palavra Guerreiro, em seu sentido dicionarizado, remete àquele que faz guerra, combatente, soldado. A revista apresenta a Copa do Mundo não como a disputa de um jogo, mas como uma guerra, uma disputa entre países. Assim, ao se embasar nessa definição, a revista gera um efeito de sentido de confiabilidade no leitor, na medida em que o país é defendido por guerreiros que lutarão pela vitória, fazendo-os heróis do país, dando conseqüentemente mais respaldo à nossa seleção.

No lado esquerdo da capa da Revista, é possível observar uma chamada acerca da invasão de Israel no Líbano. A matéria da Revista Veja apresenta uma das mais violentas invasões feitas por Israel, na qual se destruíram as bases sírias e palestinas no Líbano. A barbárie foi intensa, ganhando destaque na Revista. Porém,

como observado anteriormente, há o apagamento do contexto político brasileiro. É perceptível que notícias de diversas temáticas de outros países tinham força para serem trazidas para a Capa da Veja; no entanto, no que diz respeito ao Brasil, as notícias eram reduzidas à Copa do Mundo, percebendo-se novamente um apagamento nas notícias que envolviam o político e o social do país.



Figura 11 PRA FRENTE, BRASIL
Capa 11 - Edição 720 (23/06/1982)

A edição 720 da *Veja* traz o jogador Éder. Esse se destacou por sua performance logo na primeira fase da Copa do Mundo, tornando-se outra esperança para o povo brasileiro e entrando para a lista dos “craques” daquela seleção. Percebemos aqui que, com o passar dos anos, diferentes jogadores são focalizados e trazidos como craques, numa possível tentativa de afirmar o Brasil como verdadeiro representante do futebol, de qualidade. Com essa visão, cria-se um efeito de sentido de que a seleção seria o olimpo dos times de futebol devido à sua quantidade de craques. A Revista *Veja* de 23 de junho de 1982 deu destaque para um jogador, abordando: “na estreia da seleção o mundo foi apresentado ao chute do ponta-esquerda Éder, uma das sensações da copa da Espanha... um mar de camisas amarelas se agita toda vez que a perna mais temida do certame toca na bola”. Por meio dessa construção, inferimos que essa camisa se agita fazendo referência ao movimento de pulsação dos corações dos brasileiros, à loucura do futebol que atinge o torcedor brasileiro.

A edição trabalha também com as cores da bandeira do Brasil tão fortes e marcadas no uniforme da seleção brasileira. Essa imagem conversa com a chamada

“Pra frente Brasil” no momento em que o jogador apresenta em seu rosto um semblante de garra, de luta, conseqüentemente incentivando e gerando empolgação nos torcedores. O sujeito Revista Veja busca uma identificação do leitor, o efeito de sentido atingido parece-nos remontar não ao jogador, ou à seleção, mas sim ao Brasil inteiro, um só Brasil. Algo que parece corroborar essa ideia de conjunção, de massa, é a imagem embaçada ao fundo da Revista, a partir da qual se formularia a ideia de que os torcedores estariam todos juntos, unidos – representando todo um país.

A seleção de 1982 era considerada uma das favoritas, fato esse confirmado com sua bela apresentação na primeira fase. Era tão bem vista que chegou a ser comparada com a seleção de 1970 – conhecida como exemplo de seleção. “Desde já parece ser uma legítima descendente, em linha direta, da antológica orquestra futebolística que seduziu o mundo há doze anos” (REVISTA VEJA, 23 de junho de 1982).

A chamada da revista com a frase “Pra Frente Brasil” traz a memória da música “Pra Frente Brasil”, sucesso em 1970. *Veja* parece buscar na memória do brasileiro o ânimo e a lembrança da copa de 1970, comparando as duas seleções, já que a seleção de 1970 é conservada na memória dos brasileiros como uma seleção exemplar. A presença das cores da bandeira do Brasil bem vivas no uniforme da seleção e o jogador revelação Éder, parecendo estar prestes a chutar a bola, ratifica o bom momento da seleção, aflorando o orgulho e alegria do brasileiro com relação ao seu país.

Tanto a chamada “Pra Frente Brasil” como “Ninguém segura este país” retomam o ano de 1970 e as propagandas do governo veiculadas pela mídia para atingir adeptos para a Copa do Mundo através do efeito de unificação apresentado tanto pelas frases como pelas imagens, que vinham cercadas pelas cores verde e amarelo. A seleção de 1982 era conhecida por não se deixar derrotar e dar a volta por cima; em seus jogos sempre surpreendiam os torcedores com as viradas de jogo, resultados ganhos e muita festa. “Foram dois sustos coletivos, duas explosões de alegria e dois feriados nacionais em menos de uma semana” (REVISTA VEJA, 23 de junho de 1982). O brasileiro passava por um momento épico, talvez resgatando o nacionalismo conquistado em 1970.

A chamada na parte esquerda da capa apresenta um momento histórico - a vitória da Inglaterra contra a Argentina, na tentativa da Argentina de recuperar as Ilhas Malvinas. Segundo a matéria na própria Veja, a guerra ocorreu pela disputa desse território. A iniciativa partiu do ditador e então presidente da Argentina Leopoldo Fortunato Galtieri, a fim de resgatar sua popularidade no país, devido ao seu desempenho insatisfatório e à crise econômica alarmante. O presidente esperava recuperar esse território e com isso, sua popularidade. No entanto, após várias disputas, os soldados argentinos se renderam à Inglaterra e o ditador Galtieri foi deposto. Os argentinos dessa forma perderam a disputa pelo território, mas ganharam uma recompensa muito maior: a democracia.

Passando ao próximo momento em que se realizara uma Copa do Mundo, o ano de 1986 foi marcado pelo acidente nuclear na usina Chernobyl, na União Soviética; o ônibus espacial Challenger explodiu nos Estados Unidos e o cometa Halley, que só passa a cada 76 anos, foi responsável pelas principais manchetes do ano. Na política, o então presidente Tancredo Neves morre e Sarney torna-se presente por sucessão automática.

A Copa seria mais um acontecimento para aliviar, ao menos discursivamente, o clima de tensão política que havia no Brasil - o período de transição entre a ditadura militar e a democracia. João Batista de Figueiredo (1979-1985), o último dos generais no poder, continuava empenhado em convencer a sociedade de que os militares fariam a redemocratização do país. A Copa de 1986 foi realizada no México, com vitória da Argentina. O Brasil foi eliminado nas quartas-de-final pela França, nos pênaltis (4x3), após empate por 1 a 1 no tempo normal.

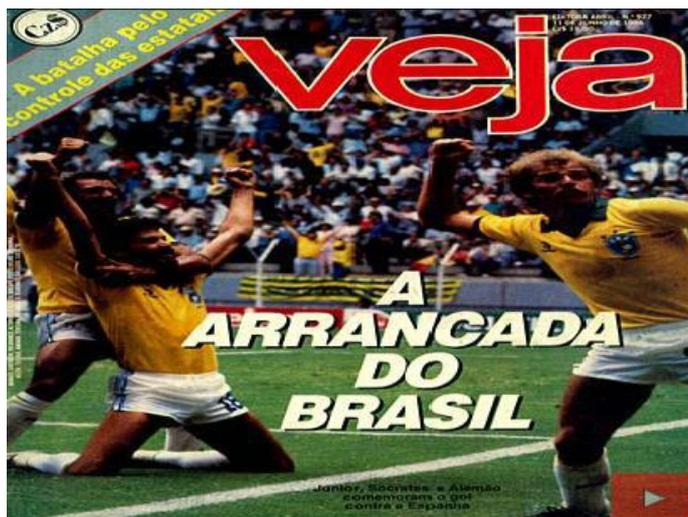


Figura 12 A ARRANCADA DO BRASIL
Capa 12 - Edição 927 (11/06/1986)

A capa de 1986 traz uma imagem que enfatiza a alegria e comemoração, já que a seleção, que na época era desacreditada devido ao trauma na Copa passada: a equipe tinha começado maravilhosamente bem e acabado fora por ter colocado o espetáculo acima da competição (VEJA, 11 de junho de 1986). Ao contrário do que se esperava, a seleção foi uma das primeiras a passar para a segunda fase da copa do mundo. Os jogadores Júnior, Sócrates e Alemão representam a união com a torcida ao comemorar mais uma vitória com os torcedores, conquistando a confiança dos brasileiros – presentes no fundo da capa. A paixão e a felicidade em voltarem a perceber uma seleção pronta, faz com que os jogadores comemorem com a torcida, confirmando a união, como dita anteriormente, todos envolvidos no amor ao país.

A chamada “A arrancada do Brasil” pode ser lida tanto pela visão de que a seleção conseguiu um destaque e uma posição favorável no ranking de classificação na Copa do Mundo; como também interpretar de acordo com a situação política do país, já que nesse momento, deixar de lado a ditadura poderia ser considerada uma arrancada para o desenvolvimento do país.

A unificação é percebida também através da palavra “Brasil” atrelado à imagem dos jogadores olhando e vibrando em mesma sintonia com a torcida. A torcida representa dessa forma todo o povo brasileiro que avança junto em mais uma fase da copa do mundo e em mais uma conquista política.

O ano de 1990 representava, na política, uma época de conquista por meio do estabelecimento de eleições diretas, que após 30 anos, aconteceriam, em 1989, com a eleição do presidente Collor. A Copa do Mundo, sediada na Itália, foi

considerada como de pior nível técnico. O Brasil teve problemas com o esquema tático do treinador Sebastião Lazaroni e com uma campanha discreta na primeira fase, a Seleção caiu nas oitavas de final contra a Argentina. Esta Copa teve como campeã a Alemanha Ocidental, que conquistara seu tricampeonato.

No ano de 1990 não foi encontrada nenhuma capa da Revista Veja que enfocasse o tema copa do mundo. Conforme exposto acima, a seleção não logrou êxito em sua participação na Copa, o que nos faz considerar que este tenha sido um dos motivos possíveis para a não existência de uma Capa específica. Outra possibilidade seria a conjuntura sócio-histórica e econômica do país, pós-eleições diretas. Observa-se que as capas produzidas durante os meses de junho e julho de 1990 retratam temas como a violência, adolescência e a situação do país na pós-ditadura.

No ano de 1994, Fernando Henrique Cardoso foi eleito presidente do Brasil e o país ganhou uma nova moeda, o Real. O governo estava sob o comando de Itamar Franco, que assumiu em 1992 após o impeachment de Collor e ficou até o ano de 1995. A Copa de 1994 realizada nos Estados Unidos trouxe o tão sonhado tetracampeonato brasileiro. Após 24 anos sem vencer, a seleção, comandada por Carlos Alberto Parreira e com Romário como jogador principal, conquistara o título. A primeira fase contou com a vitória contra a Rússia e Camarões e um empate com a Suécia. Já na segunda, o Brasil ganhou dos Estados Unidos e Holanda. A final contra a Itália foi decidida nos pênaltis, a defesa de Taffarel de uma cobrança e o chute de Roberto Baggio para fora, tornara o Brasil tetracampeão.

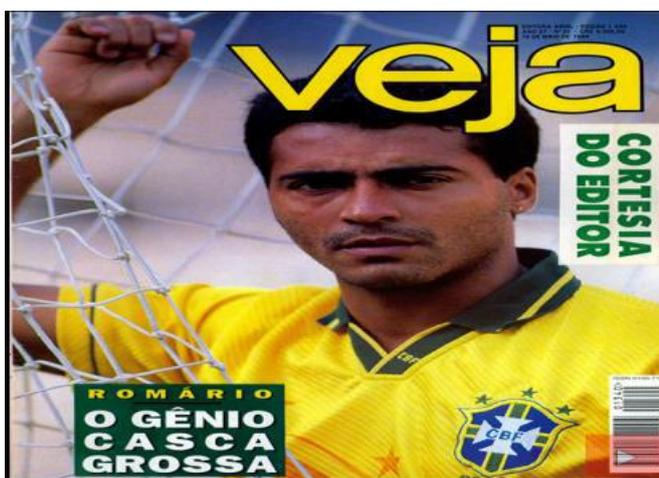


Figura 13 ROMÁRIO, O GÊNIO CASCA GROSSA
Capa 13 - Edição 1340 (18/05/1994)

A edição 1340 traz o jogador Romário como destaque principal. A chamada da revista “Romário o gênio casca grossa” é interligada a uma imagem do jogador marcada pela expressão sisuda. Ao remontar à expressão “casca grossa”, pode-se dizer que a Revista traz alguns sentidos possíveis para a construção da imagem de Romário: uma pessoa de difícil trato e teimosa. Os sentidos um tanto quanto negativos produzidos pela designação “casca grossa” são contrapostos aos colocados pela palavra “gênio”, que em seu sentido dicionarizado remete a uma pessoa inteligente e com muitas habilidades para determinadas ações. Esse efeito opositivo é corroborado pelo sentido expresso pela torcida que “teme e confia em Romário, um especialista em fazer gols e um mestre em armar confusões” (VEJA, 18 de maio de 1994).



Figura 14 O ITAMAR DA SELEÇÃO
Capa 14 - Edição 1345 (22/06/1994)

A edição 1345 da Revista *Veja* apresenta o técnico da seleção de 1994 – Carlos Alberto Parreira, com expressão séria, ao lado da imagem da taça da Copa do Mundo. O fundo da capa na cor preta traz como efeito a seriedade para o assunto focado. O jornalista de profissão e técnico nas eliminatórias de 1969, João Saldanha, afirma que “dirigir a seleção brasileira é o emprego mais importante do país depois da Presidência da República” (REVISTA *VEJA*, 22 de junho de 1994, p.108). Essa concepção parece fortemente representada pela designação “O Itamar da Seleção”; aproximando-se a gerência do país à da seleção. Por paráfrase, poderíamos estender os sentidos dessa formulação, Itamar está ligado diretamente

ao Brasil, enquanto Parreira está à seleção... assim teríamos: Itamar do Brasil, Itamar da Seleção, Parreira do Brasil, Parreira da Seleção, como se por um momento a gerência do Brasil passasse pelo futebol e vice-versa.

Em 1994, o país era governado pelo presidente Itamar Franco. Nos dias de jogos foram decretados feriados; crianças não iam à escola; expedientes eram recompensados e antes mesmo da primeira partida já eram iniciadas passeatas com a bandeira do Brasil, e, todos os participantes de verde e amarelo. Com o impeachment realizado há pouco tempo e com o momento de Copa do Mundo, o sentimento de nacionalismo teve bastante destaque. Passeatas com bandeirinhas e demais manifestações eram a forma de expressar o amor pelo país e o orgulho sentido naquela época.

Os candidatos à cadeira de Itamar Franco, segundo *Veja*, montavam telões em diversos pontos do país. O clima de instabilidade provocada pelo impeachment e a incerteza de quem seria o próximo presidente fazia com que Parreira, o técnico da seleção, fosse o foco da nação, depositando-se nele a responsabilidade de trazer ao brasileiro a vitória e o avanço, através de uma vitória da seleção. Dessa forma, Parreira nessa época se tornou mais importante que Itamar, pois passou a governar um país inteiro a partir da direção da seleção do Brasil. “Nos Estados Unidos, Parreira tem a responsabilidade de conduzir 150 milhões de brasileiros através de um sonho – o tetracampeonato” (REVISTA VEJA, 22 de junho de 1994, p.108).

A chamada no canto esquerdo “FHC no arraial do PFL” é apresentada em uma das matérias dessa edição na *Veja*, tratando da campanha de Fernando Henrique Cardoso no Nordeste, bem como das possíveis alianças entre os partidos PSDB E PFL.

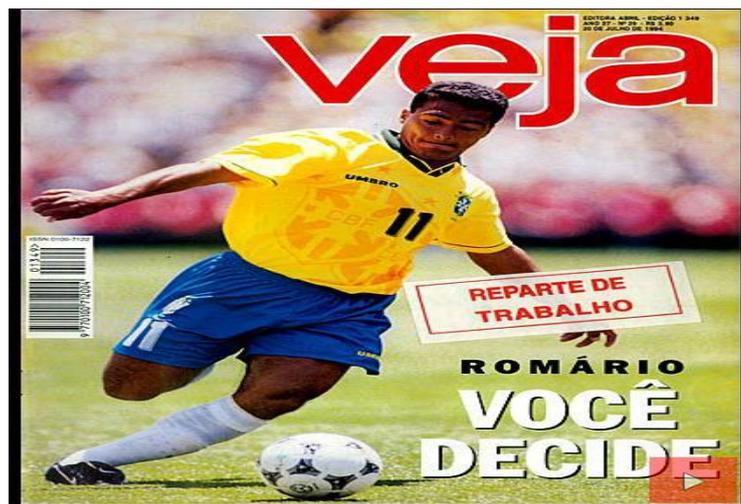


Figura 15 ROMÁRIO. VOCÊ DECIDE
Capa 15 - Edição 1349 (20/06/1994)

A edição 1349 apresenta Romário como o único jogador capaz de decidir a Copa do Mundo, tal como o próprio título “Romário: Você decide” confirma. Além disso, o enunciado “você decide” gira em torno da polêmica de que Romário foi o último a ser escalado para a seleção por falta de disciplina e respeito à comissão técnica. Em virtude disso, Parreira demorou a optar pela escalação do jogador. Romário além de indisciplinado era uma pessoa de gênio forte. Outra alusão percebida com o presente enunciado é a retomada do “você decide”, um programa que ficou conhecido por esse nome e ficou no ar entre 1992 e 2000. O programa fazia com que o telespectador decidisse o fim da história; bem como a situação que Parreira presenciava. Podemos ainda inferir que a capa faz alusão aos jogadores que foram referências em outras copas, a Revista *Veja* deposita novamente sobre um jogador a responsabilidade da vitória da copa do mundo.

Mesmo o jogador sendo conhecido como uma figura polêmica, a Revista o apresenta como o homem capaz de decidir a copa do mundo, causando um efeito de sentido de confiança para com o jogador. Como é uma edição extra, confirma a importância do jogador para sua equipe e para o povo brasileiro.



Figura 16 É TETRA!

No ano de 1994, em uma edição extra, a *Veja* mais uma vez traz Romário, jogador que ganhou fama, naquele ano, com a seleção brasileira. Romário aparece segurando a bandeira do Brasil, tocando os sentidos próprios ao amor à pátria, um patriotismo capaz de silenciar todos os outros acontecimentos do mundo e do país, como se mais nada fosse socialmente relevante – cabia àquele momento apenas vangloriar a conquista obtida – o tetracampeonato brasileiro. A capa basicamente formulada a partir das cores da bandeira brasileira produz como efeito uma colagem entre Copa, futebol, Brasil e alegria/felicidade, é como se tudo isso se resumisse a uma coisa só, à vitória.

Além da construção não-verbal, há de se observar dois enunciados presentes na capa; "Por que o Brasil, é bom de bola" e "Parreira: o triunfo do futebol de resultados". Quando se tenta, na primeira formulação, explicar os motivos que fazem do Brasil um time bom de bola, ou seja, que joga bem, instaura-se o sentido de que, de fato, o Brasil seja mestre no futebol e além disso, deva justificar aos demais países como chegou a isso. Há aqui um reforço de um estereótipo que permeia o imaginário coletivo e que, ainda hoje, ressoa sentidos entre os habitantes do país. Deve-se buscar compreender também o uso da palavra *trunfo* com relação aos resultados obtidos pelo time. Se buscarmos os sentidos dicionarizados, somos remetidos a algo a mais, a uma vantagem, um recurso poderoso, a algo que colocaria seu possuidor em uma posição mais favorável ao êxito; dessa forma, a seleção brasileira acaba sendo significada como aquela que joga a partir de um lugar mais favorável, como se fizesse algo mais especial que as outras.

Se pensarmos a palavra *trunfo* em sua circulação cotidiana, somos levados a pensá-la em sua relação com uma formulação bastante popular – a de *ter uma carta na manga* – que de modo mais formal significaria ter algo que ainda não tivesse sido apresentado e pudesse trazer novas possibilidades ao jogo. Romário seria, nesse sentido, o elemento surpresa a ser apresentado, a carta na manga que fizera com que o Brasil fosse campeão.

Em 1998, o Brasil tinha como presidente Fernando Henrique Cardoso, que estava em seu último ano do primeiro mandato. A Copa do Mundo foi sediada na França, que se tornara a campeã de 1998. O Brasil chegou à final, mas a partida foi marcada por um acontecimento envolvendo o centroavante Ronaldo. Antes do jogo, ainda na concentração, Ronaldo sofreu uma convulsão e foi vetado para a partida. No entanto, após ser liberado pelos médicos pediu para ser escalado, mas pouco contribuiu para a partida. O Brasil foi vice-campeão perdendo por 3x0 da França.

A Copa de 1998 foi considerada a Copa da televisão devido à audiência total dos jogos ter alcançado 37 bilhões de espectadores, uma média de 578 milhões por jogo. Acerca da política, Fernando Henrique Cardoso foi reeleito em primeiro turno, se tornando o primeiro presidente a se reeleger. A eleição foi a primeira a utilizar a urna eletrônica, uma novidade que tornara as apurações mais ágeis. Em até 3 horas já se sabiam os resultados.

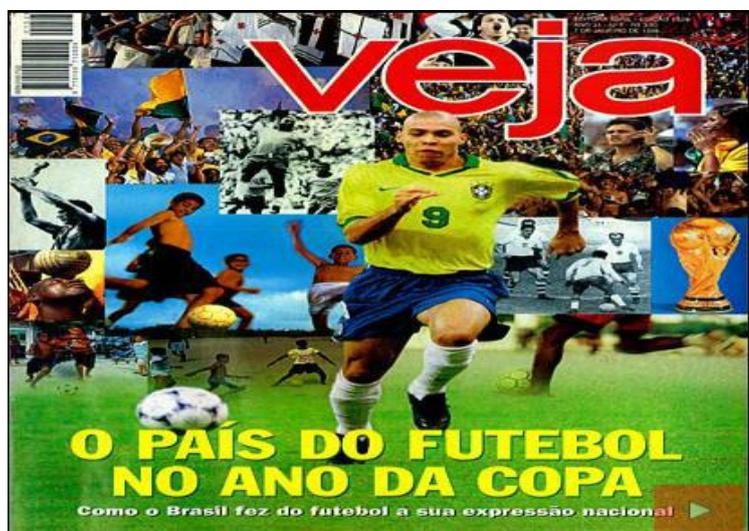
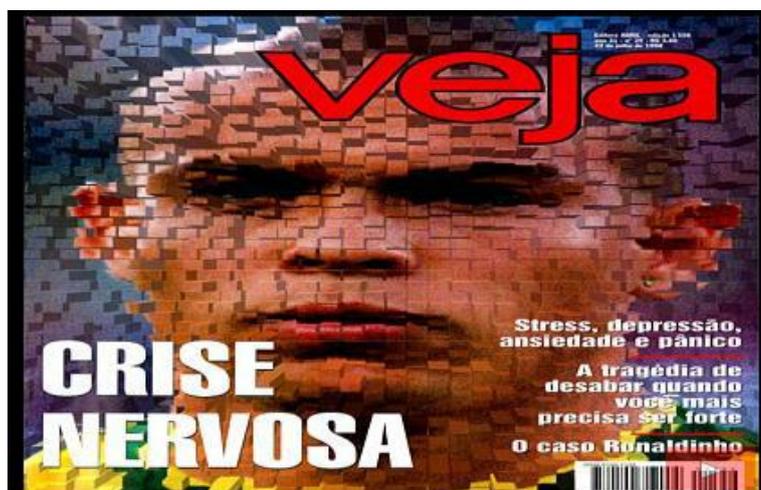


Figura 17 O PAÍS DO FUTEBOL NO ANO DA COPA
Capa 17 - Edição 1528 (07/01/1998)

A capa de 1998, num movimento semelhante, apresenta outro ídolo em destaque, dessa vez o jogador Ronaldo. As cores da bandeira novamente são destacadas em tons vivos, mais uma vez tocando a noção de patriotismo. O enunciado “O país do futebol”, exposto na capa, resume o país, o ser brasileiro, a apenas uma coisa: o futebol seria constitutivo da própria formação de nosso país. E sendo o Brasil, o país do futebol, confundem-se as imagens dos jogadores profissionais, dos torcedores, das crianças jogando bola, de taças anteriores, instaurando, enquanto efeito, uma unificação dos povos, como se o Brasil, por meio do futebol, se transformasse em um só povo, em uma só cultura, em uma só felicidade, em uma só vida.



*Figura 18 CRISE NERVOSA
Capa 18 - Edição 1556 (22/07/1998)*

A edição 1556 traz a manchete “crise nervosa”. A matéria aborda o estresse sofrido pelo jogador Ronaldo – destaque na copa de 1998 – antes da partida final da copa do mundo. Na matéria de capa, Veja traz que o jogador sofreu crise de pânico e ansiedade, provavelmente devido à pressão e responsabilidade depositada sobre ele. A Revista dá destaque ao jogador e aproveita para tratar sobre esse problema que atormenta grande parcela da população.

A imagem não é nítida, dando um aspecto quebradiço ao rosto do jogador. A Revista ao apresentar essa capa constrói duas possibilidades de sentidos: uma relacionada ao estresse sofrido pelo jogador, o que o teria descaracterizado; e, outra, em que, em meio à derrota, à quebra da seleção, procurar-se-ia uma explicação para a campanha negativa na Copa do Mundo. Falar sobre o estresse do jogador Ronaldo estabelece uma forte relação de identificação para com os leitores

da revista, já que boa parte dos brasileiros sofre com crises de estresse, tais como a que a Revista confirma na matéria de capa.

O efeito na capa remete ainda a algo quebrado, estilhaçado e que depois foi remontado. O jogador passou por crise de stress, um momento depressivo, o que aproximou o jogador do povo, pois o grande herói passa a ser visto também como humano e frágil como todos os outros brasileiros. Em 1998 as crises de stress, ansiedade e depressão eram comuns na sociedade. Dados da própria Veja afirmam que 10% a 15% de jovens de 17 a 25 anos sofriam alguma dessas crises em algum momento da vida. O que aproximava mais o torcedor ao jogador, reafirmando uma identificação.

O ano de 2002 foi marcado pela vitória para presidente de Luís Inácio Lula da Silva, após três tentativas. O Brasil vence a Copa do Mundo sediada pela Coréia do Sul e Japão. A competição que trouxe o pentacampeonato apresentou o retorno do atacante Ronaldo, que, nos quatro anos anteriores, havia passado por duas contusões graves em seu joelho e sofrera uma convulsão na última final de Copa. O técnico Luiz Felipe Scolari e a seleção foram muito criticados pela imprensa. No entanto, na primeira fase o Brasil venceu a Costa Rica, China e Turquia, eliminando nas oitavas-de-final a Bélgica. Na fase seguinte, a seleção venceu a Inglaterra por 2x1. Na semifinal, um novo encontro com os turcos e outra vitória: 1x0. A final foi entre Brasil e Alemanha, ganhando com dois gols feitos por Ronaldo, o então artilheiro da Copa.



Figura 19 É HORA DE TORCER DE NOVO
Capa 19 - Edição 1759 (10/07/2002)

A Revista Veja no ano de 2002 não apresentou nenhuma capa exclusiva à temática da Copa do Mundo. Mesmo em um ano de vitória do pentacampeonato – título importante para os brasileiros devido ao pré-construído do Brasil ser o país do futebol – a revista parece se ater aos problemas do país e não utiliza, como na copa de 1970 e outras, a temática do futebol para camuflá-los.

Pela primeira vez, em havendo capas que de certo modo remetam à Copa, em 2002, o acontecimento do mundo do Futebol não é o foco principal, invertendo-se a ordem anterior e dando-se mais visibilidade aos problemas do país. É importante ainda atentar para o fato de que também, pela primeira vez, o país passa a ser governado por um partido de esquerda.

Com a frase “é hora de torcer de novo”, instaura-se certo efeito de ambiguidade, pois a palavra torcida que antes estava voltada para a seleção agora estaria sendo remetida ao próprio país. A Revista se apropria da fama que o futebol tem no país para alertar a população de um início de crise no Brasil. Através dos objetos típicos utilizados em copas pelos torcedores, tais como chapéus, apitos, bandeirinhas e sua aparição na parte inferior da capa, cria-se como efeito a percepção de que esses elementos estariam no chão, como se após a copa eles fossem esquecidos.

É perceptível uma quebra no efeito de sentido em relação aos anos anteriores. A Copa do Mundo que antes era retratada como gigantesca, agora se resume a objetos na parte inferior da capa, o que corrobora a imagem de certa diminuição de sua importância. A Revista passa a destacar os problemas sociais, que agora parecem ser percebidos como mais relevantes que a Copa do Mundo.

No ano de 2006, o presidente Lula é reeleito e alcança 80% da aprovação do país, com a ampliação do programa bolsa-família que atingira cerca de 25% da população. O Brasil perdeu a Copa do Mundo sediada na Alemanha, a qual tivera como campeã a Itália.

Em 2006, nenhuma capa da Revista abordara o tema da Copa. Por que a copa do mundo em 2006 não foi tão relevante para ser retratada em uma capa? Por que os problemas político-sociais foram mais expressivos que a alegria de uma copa do mundo? Inúmeras indagações ficam, no entanto, uma em especial: será que o Brasil passou a ter problemas relevantes apenas a partir de 2002?

Em 2010, pela primeira vez, o Brasil elegeu uma mulher para a presidência. Com 56% dos votos, Dilma Rousseff foi eleita presidenta da república numa eleição dramática e tensa. A Copa de 2010 foi sediada na África do Sul e teve como campeã a seleção Espanhola. Na primeira fase, a seleção brasileira enfrentou as seleções da Coreia do Norte, ganhando por 2x1, e Costa do Marfim, vencendo por 3x1. Na última partida da primeira fase, enfrentou a seleção de Portugal, conseguindo um empate. Já na segunda fase, o Brasil jogou as oitavas de final contra o Chile, vencendo por 3x1. Nas quartas de final, a seleção foi eliminada pelos Países Baixos, perdendo por 2x1.

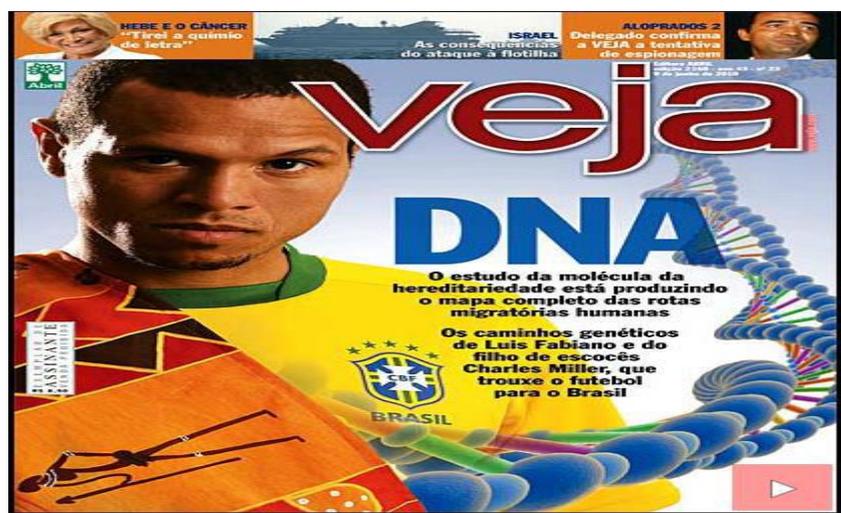


Figura 20 DNA
Capa 20 - Edição 2168 (09/06/2010)

A edição 2168 traz um estudo acerca das moléculas da hereditariedade, alinhando as pesquisas sobre DNA à descoberta dos traços genéticos de grandes nomes do futebol: Luís Fabiano e o filho do escocês Charles Miller, introdutor do futebol no Brasil. Embora haja uma alusão clara aos referentes do campo semântico que engloba o futebol, observa-se que não há um tratamento direto da Copa do Mundo. A conquista da Ciência se sobrepõe à conquista do futebol.

Acima, podemos perceber as matérias acerca do câncer na apresentadora Hebe Camargo, a guerra em Israel e a assunção, por parte de um delegado, de que ele faria espionagem. É inevitável não compararmos as edições pré e pós 2002, já que as notícias que envolviam o país não eram creditadas nas capas da Veja. Já em

2010, a Veja não apenas traz notícias do Brasil na capa, como apresenta notícias cotidianas, que se misturam na capa sem dar maior destaque à Copa do Mundo.

O ano de 2013 não foi ano de Copa do Mundo, no entanto, foi ano de Copa das Confederações, sediada no Brasil, o que o fizera um ano marcante. Um movimento contra o preço dos transportes desencadeou a maior onda de protestos da história do país. Protestos diários durante um mês levaram milhares de pessoas às ruas, reclamando acerca da corrupção e pedindo melhorias no transporte, saúde e educação. Na maioria dos protestos, houve conflito com a polícia.

A força nacional passou a fechar uma esfera de cerca 3km ao redor dos estádios em que aconteceriam os jogos, só ultrapassavam as pessoas que assistiriam aos jogos, a pé e após serem revistadas. Segundo Sorrentino (2013), nessas manifestações, o tema futebol ultrapassou a sua inscrição na jurisdição ideológica da “falsa consciência” para a conscientização política. Assim, o papel simbólico do futebol no Brasil contribuiu de forma significativa para as manifestações de junho de 2013, não só porque os protestos eclodiram durante a Copa das Confederações, mas, sim, devido ao

boicote à Copa do Mundo e a sabotagem do ambiente lúdico durante a Copa das Confederações, com protestos nas imediações do Mané Garrincha, Mineirão, Castelão e Maracanã em dias de jogos, tornaram-se objetivos comuns dos manifestantes. Nessas ocasiões, não surpreende que o choque violento com a polícia ocorra, precisamente, quando as demonstrações tencionam *atravessar* o cordão de isolamento da FIFA em torno dos estádios. Contudo, essa campanha pelo boicote aos eventos de futebol vai mais longe e inclui desde exortações em redes sociais a não se assistir às transmissões dos jogos, aos gritos de “Não vai ter Copa!” que ressoavam antes e depois da ação da polícia (SORRENTINO, 2013).

Como efeito dessas manifestações, ainda segundo o autor, produzira-se a busca pelo sacrifício do futebol em favor de benefícios materiais e melhoria de condições de vida. Houve, assim, a instauração de uma dicotomia presente entre a paixão pelo futebol e a mobilização política. A partir desse momento, observamos uma quebra no silenciamento do brasileiro em relação à política, o brasileiro que antigamente, por amor à pátria – lê-se também, por amor à Copa – não observava ou calava-se em relação aos acontecimentos praticados em épocas de Copa do Mundo por políticos, época em que as notícias eram voltadas apenas ao futebol.



Figura 21 OS SETE DIAS QUE MUDARAM O BRASIL
Capa 21 - Edição 2327 (26/06/2013)

A quebra dessa produção de sentidos parece-nos ter sido iniciada a partir da capa de 2013, lançada após o início das manifestações ocorridas no Brasil. Nesta capa, vê-se a bandeira do Brasil trazida de outro modo: não mais ligada diretamente ao futebol, mas sim colada ao sujeito participante das manifestações. A presença do fogo traz em si os sentidos próprios à transformação, à regeneração, à morte e ao renascimento; é como se nesse momento, o brasileiro tivesse renascido de um longo período de silêncio, em que não se manifestara publicamente acerca dos atos políticos realizados em nosso país. A inscrição “edição histórica”, escrita em preto, denota o tom sério dado à questão. Os sentidos de transformação são ainda reforçados pelo enunciado “os sete dias que mudaram o Brasil”, já que o número sete é significado, no senso comum, como um número cabalístico, que representaria a passagem de algo conhecido ao desconhecido – passaria o Brasil, então, a um novo momento, ainda não-sabido, já que estas manifestações romperiam com passado mais recente de nossa nação. Não se pode deixar de relacionar o número sete à esfera do discurso religioso, principalmente, ao relato de criação contido em *Gênesis 1-2*, segundo o qual Deus teria descansado no sétimo dia, uma vez que a criação estaria completa; por paráfrase, poderíamos dizer que tal qual Deus, os brasileiros levaram sete dias para criar um novo mundo, um novo Brasil.

Em 2014, a reeleição da presidenta Dilma Rousseff (PT) foi consolidada no 2º turno, com a vitória da petista por 51,64% contra 48,36% de Aécio Neves (PSDB), foi a disputa mais acirrada para a escolha do chefe do Executivo desde

1989, quando o país voltou a ter eleições diretas para presidente. A Operação Lava Jato foi deflagrada em março de 2014 e já está em sua sétima fase. Até o momento, dos 39 denunciados pelo Ministério Público Federal (MPF), 30 já se tornaram réus em ações penais da investigação. A ação da Polícia Federal investiga um esquema de corrupção com suspeita de envolvimento da Petrobras, grandes empreiteiras e políticos.

Em julho, o Brasil sediou a Copa do Mundo. O Brasil enfrentou a derrota por 7 a 1 para a Alemanha na semifinal da Copa, no Mineirão. O torneio teve o maior número de gols da história das Copas, a bola balançou a rede 171 vezes (uma média de 2,67 gols por partida), empatado com o Mundial da França de 1998. O evento levou 3.429.873 pessoas durante as 64 partidas aos estádios, o maior número registrado desde 1994. A média de público de 53.592 torcedores também foi a maior em duas décadas. Na final, a Alemanha venceu a Argentina e se tornou tetracampeã no Maracanã.



Figura 22 UMA COPA, DOIS PAÍSES
Capa 22 - Edição 2354 (01/01/2014)

A capa analisada apresenta de forma clara a desconstrução do ufanismo do brasileiro em relação à pátria, ao futebol e à Copa do Mundo. Se antes a Copa, o Brasil e o futebol eram apresentados como só um, por meio da separação apresentada neste exemplar, o Brasil cinde-se em dois lados: o primeiro, o Brasil pertencente a uma criança, que embora vestida com o uniforme da seleção, está descalça em meio a um cenário típico de campos de futebol presentes nas periferias do país; e o segundo, o jogador principal da seleção em 2014, Neymar, vestido com

o uniforme da seleção, remetendo ao acontecimento da Copa em solo brasileiro. A imagem retrata as diferenças sociais e econômicas existentes em nosso país, corroboradas pelo enunciado, “uma copa, dois países”. O Brasil, mesmo sediando a Copa do Mundo, não é mais representado pela alegria do futebol, retrata-se, neste momento, a miséria, a desigualdade social e os problemas tão caros à população brasileira, amplamente discutidos após as manifestações de 2013.

Se compararmos essa capa com as anteriores às de 2002, não há como não considerar o aspecto histórico, pois a Revista *Veja*, conhecida por apresentar certa tendência de filiação a uma formação discursiva de “direita”, por meio do destaque ao futebol, produzira o apagamento dos problemas brasileiros durante os anos de mandato do FHC (Fernando Henrique Cardoso). Para Orlandi (2012, p. 39), “o aspecto da antecipação varia amplamente desde a previsão de um interlocutor que é seu cúmplice até aquele que, no outro extremo, ele prevê como adversário absoluto”. Com isso, a Revista *Veja* coloca-se em posição de escrever a partir de um efeito-leitor, uma imagem acerca de quem é leitor de *Veja*. Esse jogo argumentativo permite processos de identificação do leitor com relação à Revista. Não se pode olvidar, que entre os anos de 2013 e 2014, o governo do poder é o de oposição, a “esquerda”. Desse modo, o país governado por Dilma Rousseff, do PT, é apresentado por meio de construções com certo cunho negativo, produzindo como o efeito o fato de que nem mesmo a Copa do Mundo, evento maior, que deveria arrebatrar a população brasileira, enunciada sempre como aquela que ama futebol, fora capaz de satisfazer e beneficiar os brasileiros.



Figura 23 HINO. NEYMAR. VAIA
Capa 23 - Edição 2378 (18/06/2014)

Diferentemente dos anos anteriores, a Revista Veja em 2014 apresentou uma capa acerca da abertura da Copa do Mundo no Brasil. A Revista separa a capa em três destaques: hino, Neymar e vaia. O hino da seleção foi acompanhado pela torcida em coro e em voz alta; mesmo depois do término do hino, os brasileiros continuaram cantando, emocionando aos jogadores e aos presentes – costume iniciado em junho de 2013, durante o primeiro jogo da seleção na Copa das Confederações.

Neymar foi o jogador considerado destaque da seleção em 2014, o “camisa 10”, expressão que no futebol funciona para designar o melhor jogador do time, para não dizer o goleador do time.

O Brasil passava por um momento de protestos contra o governo, entre várias pautas, uma era bastante presente: o alto custo da construção dos estádios para copa do mundo. No jogo de abertura, durante o pronunciamento da presidente, os torcedores a vaiaram, novamente protestando contra a corrupção e gastos elevados nos estádios.

Vale destacar que a Revista em alguns anos após 2002, dá espaço para o tema Copa do Mundo, no entanto, quando o faz, resalta apenas o que de negativo acontecia na época.



Figura 24 SÓ ALEGRIA ATÉ AGORA
Capa 24 - Edição 2379 (25/06/2014)

A edição 2379 traz a capa com a chamada “só alegria até agora”. A partir do enunciado “até agora” infere-se que a comemoração do brasileiro tem prazo de validade. Novamente, a Revista apresenta uma inferência negativa em relação à Copa do Mundo, apontando que essa não terá legado duradouro. Os brasileiros aparecem pintados e vestidos de verde e amarelo tal como durante as manifestações. Outra alusão às manifestações está na escolha da mulher em destaque; ela remete à típica brasileira que vai às ruas protestar contra a presidente Dilma. Perfil esse de pessoas de classe média, com condições financeiras para assistir a um jogo da seleção brasileira no estádio, mas que protestava contra os problemas sociais brasileiros.



*Figura 25 AGORA É NA RAÇA!
Capa 25 - Edição 2381 (09/07/2014)*

A edição 2381 apresenta a queda de Neymar e a gravidade de uma fratura no camisa 10 da seleção um jogo antes da final da Copa do Mundo. Neymar foi derrubado por um jogador da Colômbia. Na parte superior, a revista apresenta David Luis – zagueiro da seleção - como um único jogador a competir contra a Alemanha. Essa frase é uma crítica à seleção, pois esta não estava atendendo às expectativas dos torcedores.

Além de apresentar Neymar no momento de sua queda, a Revista trabalha com a cor preta, retomando uma memória discursiva de seriedade acerca do tema, causando um efeito de sentido de tristeza e comoção, se aproximando do luto. A

saída de Neymar representaria a morte do futebol-arte, o que estaria posto também na formulação “Agora é na raça!”, pois não havendo mais o melhor jogador em campo, os outros teriam de dar tudo de si para lograr vitórias.

É relevante observar que a seleção de 2014 era conhecida como a seleção em que havia um único craque como atacante, o jogador Neymar. Após a fratura e a comoção nacional presente no país, essa abordagem nos faz remontar a outro acontecimento na história das Copas: os sentidos próprios ao ocorrido com Ronaldo em 2002, o que ressoara significando a saída de Neymar como um prenúncio da não obtenção do título.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender os discursos na mídia, especificamente da Revista Veja acerca da Copa do Mundo, nos colocou frente a questões e conceitos determinantes. Entendemos a importância crucial dos estudos das condições de produção e como essas são capazes de nos dar respostas e nos fazer entender as mudanças e posicionamentos da Revista.

Sabendo que a produção jornalística representa uma forma de textualização da memória social na medida em que transforma acontecimentos históricos em fatos do discurso (ou acontecimentos discursivos), percebemos nesse trabalho que a mídia intervém na memória social reforçando sentidos aí construídos ou deslocando-os. Assim, trabalhamos a partir do imaginário social de que o Brasil é o “país do futebol”.

A importância da Copa do Mundo para o Brasil é nítida, sabida e vivida pelo povo brasileiro, então, qual o motivo da Revista Veja reconhecer a importância desse esporte apenas em alguns anos? O que motivou uma oscilação nos sentidos produzidos pela revista acerca da Copa do Mundo? Para tentar responder a essas indagações, mobilizamos conceitos de Condições de Produção, Memória Discursiva e Efeitos de Sentidos baseados nos estudos de corrente francesa em Análise do Discurso de Michel Pêcheux, bem como os estudos dessa corrente através da representante brasileira Eni Orlandi.

Notamos que a mídia marca seu lugar, reproduzindo sentidos parafrásticos, sempre passíveis de equívoco, já que os sentidos não se fecham, não são evidentes embora pareçam ser. Além disso, eles jogam com a ausência, com os sentidos do não-sentido.

Ao analisarmos as capas referentes aos anos entre 1970 e 2014 acerca da copa do Mundo, percebemos diferentes efeitos de sentido: um ufanismo e nacionalismo exacerbados presentes nas capas de 1970, além da visão sempre otimista em torno da Copa do Mundo e o apagamento das questões sociais do país até um determinado momento, e, um movimento contrário após 2002.

Até 2002, observamos a presença constante do uso das cores verde e amarelo nas capas, utilizadas para produzir um efeito de brasilidade, uma busca de identificação do leitor para com a revista.

Fora a partir de 2002 que se tornou possível notar uma quebra da construção da Copa como “paixão nacional”, já que esta passou cada vez mais a ocupar um espaço marginal na capa da Revista.

Além disso, o silêncio também foi significativo, uma vez que em 2006, a revista Veja não apresentou uma só capa acerca da temática, o que nos faz pensar que ao assumir sua posição de “direita”, após a assunção do presidente Lula, Veja tenha optado por dar maior enfoque aos problemas sociais que ao futebol, bastante utilizado outrora para camuflar as mazelas sociais.

Percebemos que as condições de produção determinam e permitem ao analista compreender o posicionamento da Revista durante o passar dos anos. A mudança de governo e os acontecimentos sociais influenciaram e marcaram o lugar da Revista e sua posição-sujeito. Finalmente, parece-nos possível dizer que o posicionamento direitista da Veja com relação à política perpassa suas formulações acerca da Copa do Mundo.

REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. *Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado*. 3ª edição. Lisboa, Portugal. Editorial Presença/Martins Fontes. 1980

ANGENOT, Marc. “*Le discours social: problématique d’ensemble*”. In Cahiers de recherché sociologique. Bibliothèque Nationale du Québec, vol.2, nº1.

ARAÚJO, Edivaldo Sampaio de. *Mãe África Pai Brasil*. Recife: Soler Edições Pedagógicas, 2007.

BARBAI, Marcos Aurélio. *No Fio do Discurso: O sequestro como um fato de linguagem*. Campinas, 2004. (ver se ta certo)

BARTHES, Roland. *O Prazer do texto*. Lisboa, Edições 70, 1974.

BENETTI, M. *A ironia como estratégia discursiva da revista 'Veja'*. Cásper Líbero, São Paulo, ano X, n. 20, Dez. 2007.

BAUDRILLARD, J. *Tela total*. Porto Alegre: Sulina, 1997

BRANDÃO, H. N. *Introdução à análise do discurso*. 2. ed. São Paulo: UNICAMP, 2004.

CASADEI, Eliza Bacheга. *Jornalismo Brasileiro*. Revista PJ:Br - | ISSN 1806-2776 | Edição 14 | Novembro | 2011

COURTINE, J. J. O Chapéu de Clémentis. Observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. In: INDURSKY, F.; FERREIRA, M. C. L. (orgs.). *Os múltiplos territórios do discurso*. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 1999

PÊCHEUX, M. O discurso: estrutura ou acontecimento. 4ª edição – Campinas, SP: Pontes Editores, 2006, 69p.

COURTINE, Jean-Jacques. *Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. São Carlos: EdUFSCar, 2009.

CORACINI, M. J. Sujeito, identidade e arquivo. Entre a possibilidade e a necessidade de dizer(-se). In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL MICHEL FOUCAULT: PERSPECTIVAS. 2004, Florianópolis. *Anais digitais do Seminário Internacional Michel Foucault: Perspectivas*. Florianópolis: 2004. CD-ROM.

CYRRE, Magda Regina Lourenço. *Reflexões sobre o discurso jornalístico: contribuições para interpretação*. Revista Entrelinhas – Vol. 7, n. 1 (jan./jun. 2013).

DAMATTA, R. Esporte na sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro. In: DAMATTA, R. (Org.). *Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DAOLIO, J. *As contradições do futebol brasileiro*. In: CARRANO, P. C. R. (org.). *Futebol: paixão e política*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro. A antiética da vantagem e do jeitinho na terra em que Deus é brasileiro (o funcionamento discursivo do clichê no processo de constituição da brasilidade). In ORLANDI, Eni P. *Discurso Fundador – Campinas*, SP: Pontes, 3ª edição, 2003.

FOER, F. *How soccer explains the world*. Nova Iorque: Harper Collins, 2004

FOUCAULT, Michael. *Arqueologia do saber*. Trad. L.F. Baeta Neves. Petrópolis: Vozes, 1971.

FREITAS JÚNIOR, M. A. *Razão e paixão no futebol: tentativas de implementação de um projeto modernizador*. In: RIBEIRO, L. (org.). *Futebol e Globalização*. Jundiaí, SP: Fontoura, 2007. p. 213 - 233.

FRANÇA, Renné Oliveira. *40 Anos em Revista: Representações e memória social nas capas de Veja*. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG. Belo Horizonte, 2011.

FIORIN, José Luiz. *A construção da identidade nacional brasileira*. BAKHTINIANA, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 115-126, 1o sem. 2009.

GIL, Gilson. "O drama do 'futebol-arte': o debate sobre a Seleção nos anos 70". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. ANPOCS, nº25, 1994.

GUEDES, Simoni Lahud. "O Futebol Brasileiro – Instituição Zero". Dissertação de Mestrado, Rio de Janeiro, PPGAS/Museu Nacional, 1977

GUIMARÃES, Eduardo. *Semântica do Acontecimento: um estudo enunciativo da designação*. 2. ed. Campinas, SP: Pontes, 2005

GUILHAMOU, Jaques & MALDIDIER, Denise. Efeitos de arquivo: A análise do Discurso do lado da História. In: ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli (org). *Gestos de leitura*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1994.

GUTERMAN, Marcos. *O futebol explica o Brasil*. Editora Contexto, São Paulo: 2010.

GUATTARI, F. Da produção de subjetividade. In: PARENTE, A. (org.). *Imagem máquina*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

JOHN, Valquíria Michela & EBERLE, Taiana Steffen. “*Veja Só o Brasil*” - a construção social da realidade em duas mil capas da Revista Veja. Universidade do Vale do Itajaí (Univali), Maio, 2010.

LAGE, N. *Linguagem Jornalística*. 8.ed.São Paulo:Ática,2006.

LOPES, Maraísa. *Folha de S. Paulo: da produção de sentidos acerca da Guerra do Iraque*. São Carlos: Pedro e João Editores, 2009. 100p.

LOPES, Maraisa. *Folha: do Manual ao Jornal ou do Jornalístico ao Pedagógico*. Campinas, SP : [s.n.], 2012.

MARIANI, B. S. C. Discurso e Instituição: a Imprensa. *In: Rua: Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da UNICAMP-NUDECRI*. Campinas,SP, n.05, março,1999.

MARIANI, B. S. C. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico: a revolução de 30.
In: INDURSKY, F.; FERREIRA, M. C. L. (orgs.). Os múltiplos territórios do discurso. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 1998

MALDIDIER, Denise. *A Inquietação do Discurso: (Re)ler Michel Pêcheux hoje*. Campinas, SP: Pontes, 2003. (Tradução Eni de Lourdes Puccinelli Orlandi)

MEGID, Cristiane Maria. *Eleições presidenciais e copa do mundo: Os processos de identificação nacional no discurso jornalístico brasileiro*. Campinas, 2008.

MOREIRA, Vivian Lemes; ROMÃO Lucília Maria Sousa. *Discurso e buscadores na Web: sentidos em movimento*. Unisinos, 2010.

MURAD, M. *A violência e o futebol: dos estudos clássicos aos dias de hoje*. Rio de Janeiro:FGV, 2007.

MURAD, Maurício. *Corpo, Magia e Alienação - o negro no futebol brasileiro: por uma interpretação sociológica do corpo como representação social*. Pesquisa de Campo, nº 0. UERJ, 1994.

NAVARRO-BARBOSA, P. L. O papel da imagem e da memória na escrita jornalística da história do tempo presente. *In: GREGOLIN, M. R. V. (org.). Discurso e mídia: A cultura do espetáculo*. São Carlos: Clara Luz, 2001.

NASSIF, Luís. *O Caso de Veja*. Blog do Nassif. São Paulo: 2008

NORA, P. *Les lieux de mémoire*. Paris: Gallimard, 1985.

ORLANDI, E. P. (org.) *História das Ideias Linguísticas: Construção do Saber Metalinguístico e Constituição da Língua Nacional*. Campinas, SP: Pontes; Cárceres, MT: UNEMAT Editora, 2001.

ORLANDI, E. P. *Terra à vista: Discurso do Confronto. Velho e Novo Mundo*. São Paulo: Cortez; Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1990.

ORLANDI, E. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. 10. ed. Campinas: Pontes, 2012.

_____. *Discurso e leitura*. São Paulo: Cortez, 2008.

_____. *Do Sujeito na História e no Simbólico*. In: *Escritos*. Vol.4. Campinas, SP: LABERUB/UNICAMP, 1999.

ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli. *Do Sujeito na História e no Simbólico*. In: *Escritos*. vol. 4. Campinas, SP: LABEURB/ UNICAMP, 1999.

ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli. *Análise de Discurso*. In: LAGAZZI RODRIGUES, Suzy & ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli (orgs.). *Introdução às Ciências da Linguagem – Discurso e Textualidade*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2006.

_____. *As formas do silêncio: no movimento de sentidos*. Campinas: Ed. da Unicamp, 1992.

ORLANDI, Eni . *Ler o arquivo hoje?* In: ORLANDI, E. P. (org.). *Gestos de leitura: Da História no discurso*. Campinas: Editora da Unicamp, 1994.

ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli (org.). *Gestos de Leitura*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1994

ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli. *Análise de Discurso*. In: LAGAZZI-RODRIGUES, Suzy & ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli (orgs.). *Introdução às Ciências da Linguagem – Discurso e Textualidade*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2006

ORLANDI, Eni de Lourdes Puccinelli. *Maio de 68: os silêncios da memória*. In: ACHARD, Paul et al. *Papel da Memória*. Campinas, SP: Pontes, 2007. (Tradução e Introdução de José Horta Nunes)

PECENIN, Marcelo Fila. *Discurso do e sobre o futebol brasileiro: o poder midiático na regulação das identidades / Marcelo Fila Pecenin*. – São Carlos: UFSCar, 2007. 184 f.

PÊCHEUX, Michel (1973). *A Aplicação dos conceitos da linguística para a melhoria das técnicas de análise de conteúdo*. In: *Análise de Discurso: Michel Pêcheux. Textos selecionados: Eni Puccinelli Orlandi*. Campinas, SP: Pontes, 2011. P. 214-215.

PECHÊUX, M. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Trad. Eni Orlandi et al. Campinas: Editora da Unicamp, 1988 (título original: *Les vérités de la Palice*, 1975).

PÊCHEUX, M. Análise de discurso: três épocas. In: GADET, F; HAK, T. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Edunicamp, 1993.

PÊCHEUX, M. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. 4.ed. Tradução de Eni Pulcinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 2006.

PONTE, Cristina. *Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico*. Florianópolis: Insular, 2005.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Vega, 1993.

QUEIROZ, Adolpho. Eleições presidenciais no Brasil em 2002: uma leitura de propaganda ideológica nas revistas Veja e Isto é. Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom. Belo Horizonte, 2 a 6 de setembro de 2003.

ROLNIK, S. Uma insólita viagem à subjetividade. Fronteiras com a ética e a cultura. In: LINS, D. (org.). *Cultura e subjetividade. Saberes nômades*. 2ª ed. Campinas: Papyrus, 2000.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. São Paulo: Contexto, 2003.

SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. "Sobre a autonomia das novas identidades coletivas: alguns problemas teóricos". *Revista brasileira de Ciências Sociais*, v.14. n.38, 1998.

SEVCENKO, Nicolau. "Futebol, Metrôpoles e Desatinos". *Revista Usp* (22), São Paulo, USP, 1994

SORRENTINO, M. A copa das manifestações, ou "Quem mexeu no meu futebol". *Revista Pittacos: revista de cultura e humanidades*, 2013. Disponível em: <<http://revistapittacos.org/2013/07/01/a-copa-das-manifestacoes-ou-quem-mexeu-no-meu-futebol/>>. Acesso em: 13. Ago 2015.

TERCIOTTI, Talita Vidigal. *Futebol e Nacionalismo na Revista Veja (1969-1970)*. III Encontro Nacional de Estudos da Imagem. Londrina, 2011. (ver se a referencia ta certa)

SALVADOR, Marco Antonio Santoro; SOARES, Antonio Jorge Gonçalves. *A memória de 70: esquecimentos e lembranças do futebol na construção da identidade nacional*. Campinas, SP: Autores Associados, 2009.

SILVA, J. C. *Educação e alienação em Marx: contribuições teórico-metodológicas para pensar a História da Educação*. *Revista Histedbr*. Campinas, n. 19, set. 2005, p.103.

SOUZA, Marcos Alves de. *Gênero e raça: a nação construída Pelo futebol brasileiro*. Cadernos pagu (6-7) 1996: pp.109-152.

SUZUKI JR., Matinas. A maquiagem do mundo. In.: *Primeira Página*. (Especial). Folha de S. Paulo, 1985.

VAN DIJK, Teun A. *Cognição, discurso e interação*. São Paulo: Contexto, 1996.

VERÓN, Eliseo. *A produção de sentido*. São Paulo, Cultrix.

VILLALTA, Daniela. “*O surgimento da revista Veja no contexto da modernização brasileira*”. Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. CD-ROM. Salvador, 2002

VIDAL E SOUZA, Candice. “*Brasileiros e Brasileiras: O Gênero na Construção da Nacionalidade em Cassiano Ricardo e Alfredo Ellis Jr.*”. Brasília, PPGAS/Universidade de Brasília, 1993, p.10.